

Tuukka Salonen

PORIN SEUDUN KESÄTAPAHTUMIEN KÄVIJÄPROFIILI

Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinoinnin ja viestinnän suuntautumisvaihtoehto
2009

PORIN SEUDUN KESÄTAPAHTUMIEN KÄVIJÄPROFIILI

Salonen, Tuukka
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Huhtikuu 2009
Ohjaaja: Martikkala, Petri
Sivumäärä: 83
Liitteitä: 3

Asiasanat: Festivaalit, rahankäyttö, Pori Jazz, kyselytutkimus, Pori

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli selvittää kesällä vuonna 2009 järjestettävien kolmen suuren kesätapahtuman kävijäprofiili sekä tapahtumien taloudellisia vaikutuksia Porin seudulle. Tutkittavat kesätapahtumat olivat RMJ Party Camp, Pori Jazz ja Sonisphere. Työ tehtiin yhteistyössä Porin Seudun Matkailu Oy Maisan ja Porin Seudun Kehittämiskeskus Oy Posekin kanssa ja työstä saatuja tuloksia käytettäisiin hyödynnettäessä Porin seudun matkailu-, seutu- ja tapahtumamarkkinointia.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä eli kvantitatiivista lähestymistapaa. Kesätapahtumien aineisto kerättiin kyselylomakkeilla festivaalien aikana. Kaiken kaikkiaan kolmesta festivaalista saatiin yhteensä yli 1000 kappaletta täytettyä kyselylomaketta, joista 925 kappaletta voitiin todeta hyväksyttäväksi tutkimusta varten. Kyselyyn osallistujat valittiin satunnaisotannalla. Tulokset analysoitiin Microsoft Office Excel –ohjelmalla ja tuloksista tehtiin analyysi sekä PowerPoint esitys.

Tutkimuksen tuloksista saatiin selville, että suurin osa RMJ Party Campissa kävijöistä on iältään 18-20 vuotias mies ja siviilisäädyltään sinkku, Jazzit ja Sonisphere taas seurasivat lähempänä toisiaan kaikin puolin. Kuitenkin keskiverto Jazzien kävijä elää avoliitossa ja on mies, sekä iältään 24-29 vuotias. Keskiverto Sonisphereläinen on 30-35 vuotias ja sinkkumies. Kaikkiin tapahtumiin osallistui kävijöitä joka puolelta Suomea, kuitenkin keskittyen Länsi- ja Etelä-Suomeen. Rahallisesti konserttialueella RMJ Party Campilainen käytti rahaa keskimäärin 215,40 euroa, Jazzilainen 80,60 euroa ja Sonisphereläinen 84,50 euroa. Konserttialueen ulkopuolella Jazzeissa kävijä käytti keskimäärin 101,15 euroa, Sonispheressä 79,30 euroa ja RMJ Party Campissa 88,80 euroa.

PORI AREA SUMMER EVENTS VISITOR PROFILE

Salonen, Tuukka
Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
April 2009
Supervisor: Martikkala, Petri
Number of pages: 83
Appendices: 3

Keywords: Festivals, expenditure, Pori Jazz, inquiry research, Pori

The purpose of my thesis was to solve the visitor profiles and financial results of three main summer events in Pori area in summer 2009. The examinees were RMJ Party Camp, Pori Jazz and Sonisphere. The work was done in co-operation with Pori Regional Tourist Agency Ltd Maisa and Pori Regional Development Agency Ltd Posek and results of my work will be used to give assistance to city of Pori's travel-, area- and happening marketing.

Quantitative approach mode was used as a research mode. Summer events material was collected with questionnaire during in festivals. On the whole we got altogether over 1000 filled questionnaires from three festivals, and 925 pieces of them were acceptable for the research. Participants for inquiry were chosen by randomly. Results were analyzed with Microsoft Office Excel program and the results were presented with Power Point.

Analysis results let us know that most of RMJ Party Camp visitors were 18-20 years old and single and Pori Jazz and Sonisphere followed closer each other in every way, although average Pori Jazz visitor is married and between 24-29 years old and average Sonisphere visitor 30-35 years old and single. Visitors from all over Finland participated in every event, however concentrating to West-and Southern Finland. Financially visitor in concert area at RMJ Party Camp used money estimatedly 215, 40 euros, Jazz visitor 80, 60 euros and Sonisphere visitor 84, 50 euros. Jazz visitor used estimated 101, 15 euros outside of concert area, Sonisphere visitor used 79, 30 euros and RMJ Party Camp visitors used 88, 80 euros.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	KESÄTAPAHTUMAT	6
2.1	Tutkimusongelma.....	7
2.2	Tapahtumajärjestäminen.....	8
2.3	Musiikkifestivaali käsitteenä.....	9
2.4	RMJ Party Camp.....	10
2.5	Pori Jazz.....	12
2.6	Sonisphere.....	13
3	PORIN SEUTU MATKAILUKAUPUNKINA	14
3.1	MAISA - Porin Seudun Matkailu Oy	15
3.2	POSEK - Porin Seudun Kehittämiskeskus Oy.....	14
4	TIEDONHANKINTAMENETELMÄT	16
4.1	Kyselylomake.....	17
4.2	Kyselylomakkeeseen vastaamiseen liittyvät luotettavuusongelmat	20
4.3	Aineiston käsittely	21
4.4	Kysymyksiin vastaamisen edellyttämä päättely.....	23
5	TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN ..	25
5.1	Kyselyn toteutus ja lomakehaastattelu.....	27
5.2	Otoksen valinta	28
5.3	Ongelmatekijät	30
6	TULOKSET.....	32
6.1	RMJ Party Camp.....	33
6.2	Pori Jazz.....	47
6.3	Sonisphere.....	60
6.4	Yhteenveto tuloksista.....	72
6.5	Festivaalien taloudelliset vaikutukset... ..	76
7	POHDINTAA ..	79
	LÄHTEET.....	83
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni on tutkimus, jonka pohjalta saadaan tehtyä kävijäprofiilit kolmelle Porissa järjestettävälle kesätapahtumille; Pori Jazzille, Sonispherelle ja RMJ Party Campille. Kävijäprofiilitutkimuksella selvitetään minkälaiset ihmiset käyvät festivaaleilla ja miksi. (iTEST:in [www-sivut](#) 2010.) Kyselyyn osallistujilta tiedustellaan myös mielipiteitä Porista ja Porin seudusta. Kävijäprofiilien lisäksi tutkimukseni avulla saadaan selville tapahtumien kävijöiden rahankäyttö ja niiden kohteet, jonka avulla hyödynnetään Porin seudun matkailu-, seutu- ja tapahtumamarkkinointia. Keskeisimmistä markkinatutkimuksien piiriin kuuluvista tutkimuskohteista ovat asiakaspotentiaalin ja asiakasryhmän kartoitus. Asiakaskohderyhmän kuvaamisessa selvitettäviä tietoja ovat mm. erilaiset taustatiedot kuten ikä, sukupuoli, tulotaso, sosiaaliryhmä ja siviilisääty. (Mäntyneva ym. 2008 9-11; Rope 2000, 430.) Kävijäprofiilitutkimukseni voidaankin siis laskea kuuluvaksi markkinatutkimusten ryhmään.

Tutkimusta varten keräsimme yhteensä noin tuhat kyselylomaketta, haastatteleamalla ja jakamalla kyselylomakkeita yhdessä toisen SAMK-opiskelijan Ville Pääkkösen kanssa. Kyselylomakkeet kerättiin RMJ Party Campissa, Pori Jazzeilla ja Sonispheressä. Ville Pääkkösestä olikin erittäin suuri apu projektin onnistumisen kannalta, sillä yksin en olisi saanut tarvittavaa määrää aineistoa kerättyä ajanpuutteen takia. Sain Satakunnan Ammattikorkeakoulun kautta toimeksiannon Porin Seudun Matkailu Oy Maisalta ja Porin Seudun Kehittämiskeskus Posek:lta ja tehtäväkseni tuli suorittaa kävijäprofiilikysely vuoden 2009 Porissa järjestettävistä kolmesta suuresta kesätapahtumasta. Kyselyt ja haastattelut olen tehnyt tätä tutkimusta varten kesällä 2009 kolmena eri ajankohtana, kesäkuussa (RMJ Party Camp), heinäkuussa (Pori Jazz) ja elokuussa (Sonisphere).

Tutkimus toteutettiin opinnäytetyönä sekä opiskelijaprojektina, jonka rahoitti Porin Seudun Matkailu Oy Maisa. Keskustelimme potentiaalisista tutkimuksen aiheista

Maisan Markkinointipäällikkö Maria Sunin ja Posekin Yhteyspäällikkö Kirsi Sainion kanssa. Tutkimus tehtiin kaikissa kolmessa tapahtumassa kyselylomakkeilla ja haastatellen festivaalikansaa eri puolilla tapahtuma-alueita. Valmiit kyselylomakkeet jaettiin puoliksi toisen ammattikorkeakouluopiskelijan kanssa ja haastattelut sekä lomakekyselyjen jakaminen tehtiin pääsääntöisesti kahden miehen voimin. Kysymyslomakkeiden lopussa oli vastaajalla mahdollisuus kertoa myös kokemuksistaan tai mielikuvistaan Porista tai Porin seudusta, jotta Maisa ja Posek voisi hyödyntää näitä tietoja tulevaisuudessa Porin seudun matkailua kehittäessä. Opinnäytetyöni olen luonut vastaustulosten pohjalta.

2 KESÄTAPAHTUMAT

”Festivaalitarjontaa on Suomen suvessa joka makuun. Musiikki on taiteenaloista parhaiten edustettuna. Kulttuuritapahtumien kävijöistä on tehty useita tutkimuksia viime vuosina. Useiden suurtenkin tapahtumien yleisö tulee pääosin lähiseudulta”. (Ekholm 2007.) Kesällä 2009 Porissa kuhisi Suomen mittakaavalla suuria yleisötapahtumia. Kesätapahtumissa mukana oli, joka vuosi yhä suosittumaksi kasvava Yteri Beachfutis, neljättä kertaa järjestetty yhteiskunnallinen kesätapahtuna Suomi Areena, sekä Suomen toiseksi suurin kansanmusiikki ja –kulttuurifestivaali Pori Folk, sekä ynnä muita tapahtumia frisbeen heiton Suomen mestaruuskilpailuista kesäteattereihin. Kävijämäärältään kuitenkin kolme tapahtumaa paistoi kirkkaiten esiin Porin kesätapahtumista ja nämä tapahtumat olivat RMJ Party Camp, Pori Jazz ja Sonisphere.

RMJ Party Camp järjestettiin toistamiseen Porissa vuonna 2009 ja tapahtuma keräsi kolmen päivän aikana kävijöitä yhteensä noin 36 000, kaksi päivää melkein tauotta kestäneen vesisateen takia 45 000 ihmisen kävijämäärätavoitteeseen ei päästy. ”Juhlan järjestelyistä vastanneiden mukaan ennakkomyynti sujui viime vuotista paremmin, mutta huonosta kelistä johtuen yleisöryntäystä ei nähty ja festivaali jäi yleisötavoitteestaan rutkasti”. (Ylen www-sivut 2009.)

Pori Jazz järjestettiin Porissa jo neljäntäkymmenettäneljättä kertaa ja Erykah Badun, Raphael Saadiqin ja Duffyn esiintyessä, Pori Jazzien konserttialueelle löysi viikon aikana noin 56 000 lipun ostanutta musiikin ystävää. Koko tapahtuman aikana Pori Jazz houkuttelee festivaaleille joka kesä noin 150 000 kävijää. (Pori Jazzien www-sivut 2009.) Pori Jazzin suosioista matkailukohteena kertoo myös suosittu automatkailuun erikoistunut sivusto matkareitti.fi:n tekemä kyselytutkimus vuonna 2008. Kyselyssä nimettiin erilaisia kesätapahtumia peräti 145 kpl. Vastauksia kyselyssä annettiin kaikkiaan 525 kpl. Vuoden 2008 Suomen parhaimmaksi kesätapahtumaksi valittiin Pori Jazz. (Matkareitin www-sivut 2009.)

Suomessa järjestettiin ensimmäistä kertaa myös massiivinen kansainvälinen rocktapahtuma nimeltään Sonisphere ja Pori sai kunnian toimia festareiden isäntänä. Sonisphere olikin jättimenestys ja Amerikan vetonaulat Metallica ja Linkin Park toivat yhdeksi päiväksi yli 60 000 lipun ostanutta ihmistä Poriin. (Dynamo 1/2009, sivut 10-11.)

2.1 Tutkimusongelma

Tutkimukseni lähtökohtana eli tutkimusongelmani oli selvittää Porin Seudun Kehittämiskeskus Oy Posekille ja tutkimukseni rahoittajalle Porin Seudun Matkailu Oy Maisalle, minkälainen on tyypillinen kesätapahtumakävijöiden profiili. Tutkimukseni antaisi vastaukset muun muassa seuraavanlaisiin kysymyksiin:

Mistä kaupungista vieraat tulevat?

Kuinka kauan he aikovat viipyä festivaaleilla?

Missä aikovat viettää yönsä?

Mistä ostivat/saivat lipun festivaaleille?

Mikä sai tulemaan festivaaleille?

Millaisella porukalla ovat liikkeellä?

Lisäksi tutkimukseni antaisi vastauksen paljonko keskimäärin festivaalikävijä käyttää rahaa tapahtumissa ja miten rahankäyttö jakaantuu, sekä kävijän mahdollinen mielipide siitä minkälaisia kokemuksia/mielikuvia hänellä on Porista tai Porin

seudusta. Tutkimuksestani saatavat tulokset ovat tärkeitä, sillä niistä saatuja tietoja hyödynnettäisiin tulevaisuudessa Pori ja Porin seutua markkinoidessa.

2.2 Tapahtumajärjestäminen

Ihmiset ovat aina historian alkuajoista kokoontuneet yhteen. On järjestetty turnajaisia, festivaaleja, sekä erilaisia kilpailuja. Nykyään ihmiset kokoontuvatkin entistä enemmän yhteen. Kokoontumisen taustalla on Maslowin tarvehierarkian mukaan sosialisuuden ja yhteenkuuluvuuden tunteen tyydyttäminen, joka toimii taustana tapahtumia järjestettäessä. (Antikainen & Sutinen 1996, 1-3.)

Ihminenkin on laumaeläin ja sillä on tarve kokoontua yhteen ja tuntea itsensä johonkin tiettyyn joukkoon mukaankuuluvaksi. Harvemmin kuitenkaan osallistutaan mihinkään sellaiseen mikä sotii omaa arvomaailmaa vastaan ja jossa tunnetaan itsensä ulkopuoliseksi valtajoukosta. Tapahtumat voidaan jakaa kahteen eri osaan, valtakunnallisiin suur tapahtumiin ja kapeampien kohderyhmien erikoistapahtumiin. Tapahtumat ja festivaalit ovat muuttuneet yhä enemmän liiketoimintamaisemaksi ja kilpailu eri tapahtumien ja festivaalien välillä on kovaa yleisöstä, että tukijoista ja sponsoreista. Tapahtumien lähtökohtana on kuitenkin useasti edistää aatteita tai muita järjestäjien hyväksi katsomia asioita. (Antikainen & Sutinen 1996, 1–3.)

Suomessa kesätapahtumat yleistyivät 1960-luvulla muun muassa Pori Jazzien synnyttyä vuonna 1966. Kävijämäärät eri tapahtumissa alkoivat räjähdysmäisesti nousta 1970-luvulla ja samanaikaisesti syntyi varsinainen nuorisokulttuuri, mutta yhteiskunnassa tapahtuneet muutokset vähensivät aika ajoin tapahtumien kävijämääriä ja tuottivat tapahtumien järjestäjille erilaisia päänvaivoja. 1980-luvulla kesätapahtumille alettiin etsiä päämääräisesti sponsoreita ja liikemaailmakin alkoi pikkuhiljaa ymmärtää kesätapahtumien merkityksen uusien asiakkaiden etsimisessä. 1990 –luvulla tapahtumat houkuttelivat vielä enemmän ihmisiä ja yleisöennätyksiä rikottiin, vaikka lama riepottelikin samanaikaisesti Suomea. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 17–18.)

2000 –luvulla elintason kohoamisen myötä vastapainoksi ovat lisääntyneet ihmisten vaatimukset tapahtumien laatua ja sisältöä kohtaan. (Antikainen & Sutinen 1996, 1-3.) Varsinkin kun kyseessä on valtakunnanlaajuinen tapahtuma, joita Sonisphere, Pori Jazz ja RMJ Party Camp ovat, on ihmisten odotuksetkin järjestämisen suhteen erittäin korkeat. Siihen, ovatko festivaaleilla kävijät tyytyväisiä tapahtumiin on suoraan verrannollinen tapahtumista saadun mielikuvan ja aikaisemman kokemuksen kanssa. Kauhanen ym. (2002, 11–12) ovat sitä mieltä, että tapahtumat voidaan olettaa myös olevan kulttuuritoimintaa. Kulttuuritoiminta ja matkailulliset tarkoitukset voidaan hyvinkin yhdistää. Kesätapahtumat tuovat kaupunkiin ja sen seudulle kävijöitä, jotka käyttävät rahaa kunnan yritysten eri palveluihin. Nämä tapahtumakävijät tuovat mukanaan kunnan ulkopuolelta paljon rahaa. Kesäfestivaalit ovat monelle kunnalle taloudellisesti erittäin tärkeitä tapahtumia, ne tuovat paljon rahaa ja näkyvyyttä mukanaan. Monille pienyrittäjille voi kesätapahtumat auttaa talviajan hiljaista kaupankäyntiä.

2.3 Musiikkifestivaali käsitteenä

Kun puhutaan musiikkifestivaaleista käsitteenä, niin sillä tarkoitetaan yleisötilaisuutta, jossa esiintyy vuorotellen erilaisia artisteja ja yhtyeitä. Pori Jazz, Sonisphere ja RMJ Party Camp ovat kaikki musiikkifestivaaleja. Rakkaalla lapsella on monta nimeä ja myös musiikkifestivaaleja voidaan kutsua eri nimillä, kuten kulttuuritapahtuma, yleisötapahtuma tai kulttuurifestivaali. ”Esimerkiksi kulttuurifestivaalit paitsi työllistävät ja lisäävät paikallisten palveluiden ja tuotteiden kysyntää myös heijastuvat välillisesti kunnan imagoon. ”Lukuisissa tutkimuksissa on todettu, että kulttuuritapahtumista aiheutuu alueille erilaisia sosiaalisia, kulttuurisia ja taloudellisia vaikutuksia”, pohtii Kimmo Kainulainen tutkimuksessaan *Kunta ja kulttuurin talous*. (Kainulainen 2005, 23-26, 32.) Kimmo Kainulaisen tutkimuksen (2005) mukaan tapahtumia ja festivaaleja on ajan kuluessa määritelty myös eri tavoilla. Festivaaleja ja tapahtumia yhdistävänä tekijänä on käytetty englanninkielistä termiä *special event* (erikoistapahtuma). *Special event*-termillä tarkoitetaan ajallisesti rajoitettua yleisötilaisuutta, johon festivaalit ja tapahtumatkin kuuluvat. Festivaaleja ja tapahtumia järjestetään vuosittain, toisin kuin taas erikoistapahtumia (*special*

event). Festivaali onkin aina tapahtuma, mutta kaikki tapahtumat eivät välttämättä ole festivaaleja. (Kainulainen 2005, 64-65.)

Käsite festivaali on jo sanana niin yleinen, että se on vakiinnuttanut merkityksensä suomen kieleen ja se voidaan yleisesti määritellä koostuvan taiteellisista esityksistä, yleisestä huvittelusta, ilonpidosta ja arjesta poikkeavaksi. Kun puhutaan festivaalista, voidaan myös puhua markkinointivälineestä tapahtumille kaupallisissa tarkoituksissa. (Silvanto 2007, 9.) Suosittuja ja tunnettuja musiikkifestivaaleja RMJ Party Campin, Pori Jazzin ja Sonispheren lisäksi ovat muun muassa Ruisrock ja Down By The Laituri Turussa, Tammerfest Tampereella, Provinssirock Seinäjoella ja Helsingin juhlatviikot. Musiikkifestivaalit kasvattavat vuosi vuodelta suosiotaan, kulttuuritapahtumien yhteistyöjärjestö Finland Festivalin tutkimuksen mukaan. Pelkästään Finland Festivaliin kuuluu 80 erilaista tapahtumaa, joiden vuosittainen yhteenlaskettu kävijämäärä lähentelee kahta miljoonaa kävijää. Näistä tapahtumista yli kaksi kolmannesta on musiikkitapahtumia. Erilaisten tapahtumien määrä on kasvanut 20:llä kymmenessä vuodessa ja niistä yli 80 prosenttia järjestetään kesällä. Tapahtumia järjestetään jokaisessa Suomen maakunnassa, eniten kuitenkin Uudenmaan ja Pirkanmaan alueilla. (Finland Festivalin www-sivut 2009.)

Kävijämäärältään suurin festivaali Suomessa on ollut viime vuosina Helsingin juhlatviikot, johon kuuluu myös Helsingin Taiteiden Yö, lähes neljännes miljoonan yleisömäärällä. Finland Festivalin jäsentapahtumista kaikkiaan yhdessätoista ylittyi 50 000 kävijän raja vuonna 2006. (Tilastokeskus, 2007.) Tapahtumista yli kaksi kolmannesta on musiikkitapahtumia ja loppuosa sisältää tanssi-, teatteri-, kirjallisuus- ja kuvataidetapahtumia sekä monitaiteisia festivaaleja.

2.4 RMJ Party Camp

RMJ Party Camp on kolme päivää kestävä Suomen suurin juhannusmusiikkifestivaali, joka on jo järjestetty 11 kertaa ja vuonna 2009 se järjestettiin toistamiseen Porin Kirjurinluodossa. RMJ Party Camp tunnettiin myös aiemmin nimellä Raumanmeren juhannus tai lyhyesti RMJ. Alunperin festivaalien järjestämispaikkana

toimi Rauma ja siellä Otanlahti. RMJ Party Camp on jatkoa Raumanmeren juhannukselle, jonka perusti vuonna 1999 raumalainen liikemies Riku Räsänen. Ensimmäiset festivaalit järjestettiin Raumalla vuonna 1999 ja viimeiset kesällä 2007, siitä lähtien festivaalit on siirretty järjestettäväksi Poriin. RMJ Party Camp on tarkoitettu ainoastaan täysi-ikäisille ja musiikista on pääsääntöisesti vastannut suuri joukko tunnetuimpia suomalaisia esiintyjiä. Vuonna 2008 kuitenkin poikettiin kaavasta ja otettiin suuri taloudellinen riski, suomalaisten esiintyjien lisäksi lavalle kutsuttiin Pohjois-Amerikasta Poriin esiintymään hip hop-musiikin megatähti Jay-Z. Jay-Z:iin viedessä neljännesosan festareiden budjetista, palattiin vuonna 2009 takaisin alkuperäiseen kaavaan, eli pelkästään kotimaisiin artisteihin. Tapahtuma keräsi kolmen päivän aikana kävijöitä yhteensä 36 000. (RMJ Party Campin www-sivut 2009.)

Raumalla vuosina 1999-2007 yhtenä Suomen ykkösbileiksi kasvanut juhla on tullut vuosien aikana suosituksi erityisesti useista bilealueistaan. RMJ Party Camp erottuukin nimenomaan erilaisilla tapahtuma-areenoillaan perinteisistä rockfestivaaleista, jotka on somistettu eri teemojen mukaisesti. Massiivisen päälavan lisäksi Porissa juhittiin Euroopan suurimmassa ulkoilmadisko Mecanossa torninosturien läsnäollessa. Alueella oli Mecanon lisäksi indielava Kino Camp, raplava Kool Stage sekä aiemmilta RMJ:n vuosilta tuttu Dance Factory. Alueella oli myös perinteinen juhannustanssit-alue, joka palvelee myös varttuneempaa väkeä. ”Halusimme palauttaa juhannusjuhlan perusarvojen äärelle, joten luvassa on kovia kotimaisia esiintyjiä. Onhan juhannus nimenomaan suomalainen juhla. RMJ Party Camp on juhannuskarnevaali, joten rakennamme useita erilaisia tapahtuma-alueita. Kirjurinluoto on oikea paikka Suomen suurimmalle juhannusjuhlalle”, sanoo RMJ:n johtoon palannut Riku Räsänen. (RMJ Party Campin www-sivut 2009.)

RMJ Party Campin tapahtuman omistajaksi vaihtui 8.1.2007 SK Ravintolat Oy:n tytäryhtiö, SK Festivals Oy. Vuosi 2007 muistetaan myös siitä, että entinen Baywatch-tähti ja Playboy-malli Pamela Anderson vieraili juhlilla. Sedu Koskinen kertoi Satakunnan Kansan haastattelussa, että vuonna 2008 brändinimi "RMJ" säilyy, vaikka festivaali siirtyikin Poriin. Sana "Raumanmeri" putosi kuitenkin oletettavasti pois. Porissa festivaalien tapahtumapaikkana on Kirjurinluoto ja siellä sijaitseva Pori Delta Arena. Vuonna 2010 RMJ Party Camp kuitenkin siirtyi takaisin Raumaan ja

festivaaleilla tavoiteltiin paljon pienempiä kävijämääriä mitä Porissa. Kahden päivän aikana paikalle Raumalle kerääntyi noin 5000 ihmistä joka oli sen vuoden kävijämäärätavoite. (RMJ Party Campin www-sivut 2009.)

2.5 Pori Jazz

Pori Jazz järjestetään vuosittain heinäkuussa Porissa ja se on yksi Euroopan suurimmista jazzmusiikkifestivaaleista ja lipunmyyntien perusteella laskettuna Suomen suurin musiikkifestivaali. Tapahtuma on yli neljäkymmenen vuoden kokemuksella saavuttanut vankan ja arvostetun aseman Suomen kesäfestivaalien listalla. Voidaankin olla sitä mieltä, että festivaali on erittäin odotettu vuosittain alan harrastajien keskuudessa.

Taloustutkimuksen mukaan festivaalit toivat vuonna 2009 Porin alueen talouselämälle yli 15 miljoonaa euroa ja tapahtumassa käy vuosittain noin 147 000 festivaalivierasta, jonka päälle tulevat vielä Kids-festivaalin noin 20 000 kävijää. Pori Jazzeja juhlittiin ensimmäistä kertaa Porissa jo vuonna 1966 ja vuoden 2009 festivaalit olivat järjestyksessä 44. kerta. Festivaalilla on esiintynyt vuosien varrella soulia, popia, rockia, bluesia, hiphopia, R&B:n ja tietenkin jazzin kansainvälisiä supertähtiä. Pori Jazz kuuluu Finland Festivals –tapahtumiin yhdessä Helsingin juhlaviikkojen, Kaustinen Folk Music Festivaliin, Kuhmon Kamarimusiikkijuhlien ja Seinäjoen Provinssirockin. (Pori Jazzin www-sivut 2009.)

Pori Jazzit järjestää yhdistys nimeltään Pori Jazz 66 ry, joka nimensä mukaan perustettiin maaliskuussa vuonna 1966. Vaatimattomasta harrastajatapahtumasta on kasvanut yksi Euroopan suurimpia jazzmusiikkifestivaaleja. Juhlat saivat alkunsa kun kourallinen jazz-musiikin ystäviä muodosti Pori Jazz 66 ry:n. Ensimmäisinä vuosina tapahtumassa nähtiin vain harvoja ulkomaalaisia nimiä, mutta 1970-luvulla kansainvälisiä huippunimiä alkoi olemaan mukana joka vuosi. Yleisöpohjaa on vuosien varrella pyritty määrätietoisesti laajentamaan populaareilla ohjelmavalinnoilla. Porista on tullut suomalaisten poliitikkojen ja julkisten kesäinen näyttäytymispaikka ja liikemaailman yritykset viihdyttävät siellä asiakkaitaan. Jazz on silti pysynyt festivaalien olennaisena aineksena, vaikkei itse jazz-musiikki olekaan se suurin yleisö-

magneetti enää. Poriin ovat jazzajien sijasta yhä enemmän vetäneet väkeä blues-, soul-, rock- ja viihdeartistit Bob Dylanista Paul Ankaan. Konsertteja Jazzeilla pidetään eniten Kirjurinluodossa ja sinne rakennettiin Pori Delta Arena, jota Pori Jazz käyttää nykyään konserttipaikkana. (Pori Jazzin [www-sivut](#) 2009.)

– ”Jazzfestivaali on tietysti oleellinen osa kaupungin kesää. Heinäkuussa Pori on jazz ja jazz on Pori”, sanoo Pori Jazzin taiteellinen johtaja Jyrki Kangas antamassaan haastattelussaan tiedotuslehti Dynamolle. Hän on ollut rakentamassa festivaalia jo 44 kertaa eli perustamisvuodesta 1966 lähtien. – ”Pori Jazzin vahvuus on ollut jatkuva uusiutuminen, sillä muuten näin pitkä historia ei olisi tällä alalla mahdollinen. Toinen seikka on festivaalin miljöö. Kirjurinluodon konserttipuisto ja Kokemäenjoen rannat ovat ihanteellinen ympäristö suurtahtumalle. Silti kaikki tapahtuu vain keihäänheiton päässä keskustasta”, Kangas sanoo. (Dynamo 1/2009, sivut 10-11.) Pori Jazzeilla on suosittu Jazzkatu, joka on Kokemäenjoen rannassa kuhiseva festivaalialue, jossa on musiikkia, jokilaivoja, basaareja, ruokaravintoloita, katusoittajia ja vaeltavaa jazzkansaa. Myyntipisteitä kadulla on lähes sata. (Pori Jazzin [www-sivut](#) 2009.)

2.6 Sonisphere

25. elokuuta vuonna 2009 Porin Kirjurinluoto Areenalla järjestettiin ensimmäistä kertaa Suomessa Sonisphere niminen kansainvälinen rock- ja metallimusiikkiin keskittyvä festivaalikiertue. Sama festivaali toteutettiin myös Englannissa, Hollannissa, Saksassa, Ruotsissa ja Espanjassa. Sonisphere on legendaaristen Monsters Of Rock ja Download-festivaalien luojien uusin tuotanto. Suomessa pääesiintyjänä toimi pohjoisamerikkalaiset megabändit Metallica ja Linkin Park. Kirjurinluotoon annettiin lopulta lupa myydä 60 000 lippua. Tapahtuma aiheutti valtavan ostoryntäyksen ja ensimmäinen 50 000 lipun erä myytiin puolessa tunnissa ja myös lisäerä 10 000 lippua myytiin loppuun. Suomessa Sonispherellä esiintyivät muun muassa Metallica, Linkin Park, Saxon, Mastodon, Machine head, Lamb of God, Diablo, Turisas, Los Bastardos Finlandeses ja Nicole. Turisas paikkasi Anthraxia, jonka esiintyminen peruuntui viime hetkellä yhtyeen erotettua laulajansa. (9.2.2009. Yle Uutiset. Viitattu 27.11 2009.) Sonisphere konsertti oli Suomen kaikkien aikojen suurin ulko-

ilmakonsertti lukuun ottamatta Helsingissä pidettyä Madonnan suurkonserttia. Tapahtuma sujui erittäin hyvin 75 000 asukkaan kaupungin kokoon nähden ja ajoittaisen ruuhkan lisäksi poliisin mukaan tapahtuma ei aiheuttanut isompia järjestyshäiriöitä. (Festarit [www-sivut](#) 2009.)

3 PORIN SEUTU MATKAILUKAUPUNKINA

Pori on Suomen länsirannikolla, Kokemäenjoen suulla sijaitseva kaupunki. Pori kuuluu Satakuntaan, jonka keskuksena se myös toimii. Porin väkiluku on ollut aivan viime vuosina jälleen nousussa ja kaupungissa asuu noin 83 000 asukasta (28.01.2011.) Asukasluvultaan Pori on Suomen 11. suurin kaupunki ja 7. suurin kaupunkialue. Porin naapurikuntiin kuuluu muunmuassa Lavia, Luvia, Merikarvia, Nakkila, Pomarkku, Siikainen ja Ulvila. (Porin kaupungin [www-sivut](#) 2009.)

Pori ja Porin seutu on tunnettu lukuisista kiehtovista kulttuuritapahtumistaan ja Pori onkin kasvattanut vuosi vuodelta mainettaan suosittuna matkailukaupunkina ja suurena apuna siihen ovat olleet juuri suositut kesäfestivaalit. (Porin kaupungin [www-sivut](#) 2010.) Porin seudun matkailusta vastaa suurin osin Porin Seudun Matkailu Oy – tuttavallisemmin MAISA, joka sijaitsee alueen matkailupalvelujen ytimessä. Pori Jazz, Yyteri, Suomi Areena, RMJ Party Camp, Sonisphere, urheilukilpailut, Yyteri Beach Futis ja erilaiset konferenssit houkuttelevat matkailijoita Poriin vuosi vuodelta enemmän. Porissa niin kuin muualla Suomessakin järjestetyt tilaisuudet vetävät erilaisia yleisömmääriä eri kaupungeista. Ulkomaalaisten festarikävijöiden vierailu on vielä vähäistä. Matkailun edistämiskeskuksen tietojen mukaan ulkomaalaisia festivaalikävijöitä oli vuonna 2005 noin viisi prosenttia kaikista kävijöistä. (Matkailun edistämiskeskuksen [www-sivut](#) 2009.)

”Matkailuyöpymiset ovat 2000-luvun mittaan kasvaneet Satakunnassa reilut 30 prosenttia, kun valtakunnallinen kasvu on jäänyt vajaaseen 20 prosenttiin. Kasvupyrähdysen tosin selittää pitkälti, että matkailumielessä hurjaksi äitynyt heinäkuu heiluttaa helposti Satakunnan varsin vaatimattomia kokonaismatkailulukuja”. (Satakunnan Kansan [www-sivut](#) 2010. Viitattu 26.11.2010.)

3.1 MAISA – Porin Seudun Matkailu Oy

Yhtenä tutkimuksen yhteistyökumppanina POSEK:in lisäksi ja opinnäytetyön toimeksiantajana toimi MAISA, eli Porin Seudun Matkailu Oy. MAISA:n kautta voi hankkia erilaisia matkailupalveluja Poriin ja Porin seutuun liittyen. MAISA:n tehtävänä on auttaa järjestämään pieniä kokouksia, suuria konferensseja, erilaisia yritystilaisuuksia, seminaareja sekä matkoja yksittäisille matkailijoille, perheille ja ryhmille. Porin Seudun Matkailu Oy:n liiketoiminta on hyvässä kasvussa kuten koko kaupungin matkailukin. Maisan päässä yhteyshenkilönäni toimi Markkinointipäällikkö Maria Suni. (MAISAn www-sivut 2009.)

3.2 POSEK – Porin Seudun Kehittämiskeskus Oy

Maisan ohella tutkimukseni yhteistyökumppanina toimi Porin Seudun Kehittämiskeskus Oy POSEK, joka on vuonna 2005 perustettu elinkeinoyhtiö. Posekin tavoitteena on parantaa yritysten ja yhteisöjen toimintaedellytyksiä Porin seudulla ja edistää elinkeinoelämän ja kuntien välistä yhteistyötä. Posekin mukaan Porin seutu kehittyy yritysten toimintaedellytysten parantumisen, vetovoimaa lisäävän markkinointiviestinnän ja EU-osarahoitteisten kehittämishankkeiden ja seudun kansainvälistymisen kautta. Vuonna 2005 perustetun seudullisen elinkeinoyhtiön Posekin osakaina ja palvelujen käyttäjinä ovat Harjavalta, Huittinen, Kokemäki, Luvia, Merikarvia, Nakkila, Noormarkku, Pomarkku, Pori ja Ulvila. Porin kaupunki omistaa POSEKista 53,25 %. (Porin Kaupungin www-sivut.)

Posek on vahvasti mukana erilaisissa Porissa järjestettävissä tapahtumissa, varsinkin SuomiAreenan ja Pori Jazzin pareissa. Yksiselitteisesti POSEKin tehtävänä on Porin seudun elinkeinopolitiikan toteuttaminen ja elinkeinostrategian johtamisvastuu. POSEK on seudun kehittämisen kannalta innovaatioympäristön keskeinen verkostotoimija. POSEK:in päässä yhteyshenkilönäni toimi Yhteyspäällikkö Kirsi Sainio. (POSEK www-sivut 2009.)

4 TIEDONHANKINTAMENETELMÄT

Tutkimukseni keskeisempänä tiedonhankintamenetelmänä oli kyselylomake ja sen apuna tarvittaessa haastattelu paikanpäällä. Osaa ihmisistä haastateltiin virheiden ja epäselvyyksien minimoimisen takia ja heidän omasta pyynnöstään, mutta suurin osa vastasi kyselylomakkeisiin, jotka jaettiin festivaaliväelle paikan päällä ja kerättiin myös pois siellä. Haastattelu toimi niin, että kyselylomakkeen kysymykset esitettiin vastaajalle ja tarvittaessa tarkennettiin hänelle mitä tietoa kysymyksellä haettiin. Kun tehtiin yli tuhannen ihmisen laaja kysely, oli kyselylomake vartenotettavin tutkimuksen tiedonkeruumenetelmä, varsinkin kun tiedonkerääjinä oli vain kaksi ihmistä. Silloin kun tutkimuksessa on tavoitteena tutkia suurta määrää ihmisiä, on kvantitatiivinen tutkimus luonnollisin tapa sen toteuttamiseen.

Kyselylomake ohitti pääsääntöisesti haastattelun, joka on toinen kyselytutkimuksen yleisimmistä aineiston keruumenetelmistä. Lomakekysely mahdollisti laajemman osallistujajoukon käyttämisen pienellä resursseilla. Tutkimuksessani oli kaksi kyselijää, minun lisäksi toinen henkilö, joten lomakekysely oli pääsääntöinen tiedonkeruumenetelmä. Haastatteluilla täydennettiin kyselyjä, eli tarvittaessa haastateltiin ihmisiä lomakkeen pohjalta jos he itse sitä vaativat. Tutkimustani voisi myös kutsua nimellä yleiskatsaus, eli sama kysely toimitetaan laajalle osallistujajoukolle.

Lomakekysely oli hyvä tapa saada nopeasti tietoa laajasta joukosta. Kysely saattaa tuntua ja vaikuttaa helpolta menetelmältä toteuttaa – tarvitsee vain tehdä joukko kysymyksiä, joihin sitten hankkii vastaukset joukolta koehenkilöitä. Kuitenkin kunolla suunnittelematon kyselyaineisto aiheutti hankaluuksia viimeistään tulosten tulkintavaiheessa. Tämän takia kannatti pysähtyä miettimään aluksi mitä on tutkimassa, eli mitkä oikein ovat ne tutkimusongelmat ja sitten rakentaa ja muokata kyselyt niiden mukaan. Kyselylomakkeessani käytin pääasiassa monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä, sekä hieman strukturoitujen ja avoimien kysymysten välimuotoja. (Järvinen & Järvinen 2000.)

4.1 Kyselylomake

”Kyselylomake on tiedonkeruun työkalu, joka ei pakota minkään tietyn tutkimusstrategian käyttöön eikä myöskään määrää tutkimuksen tavoitteita. Kyselyn soveltuvuutta tutkimukseen on kuitenkin syytä arvioida strategian ja tavoitteiden perusteella. Strategia ja tavoitteet ohjaavat myös lomakkeen ja kysymystyyppien valintaa”, pohtii Toni Vanhala tutkimuksessaan. (Vanhala 2005, 18 .) Kyselylomake onkin kvantitatiivisen tutkimuksen olennaisin osatekijä.

Kyselylomakkeita voidaan käyttää monien erilaisten tutkimusten osana, yhtenä useista tai ainoana tiedonkeruumenetelmänä. Parhaimmat ja todenmukaisemmat vastaukset saatiin kävijäprofiilia kartoittaessa, kun osattiin ottaa laaja-alaisesti huomioon vastaajien ajan, halun ja taidot vastata kyselyyn. RMJ Party Campia varten tehty kyselylomake opetti paljon ja seuraavissa festareissa oltiin jo paljon viisaampia. Lomakkeen huolellinen suunnittelu ja alustava testaaminen vaikuttivat ratkaisevasti tutkimuksen onnistumiseen, mutta hyväkään kyselylomake ei yksinään ollut riittävä. Oli kiinnitettävä huomiota myös paljon muihin kyselyn toteuttamiseen liittyviin seikoihin. ”Kyselyn soveltuminen käytettävyydestä tutkimuksen osaksi riippuu tutkimuksen tavoitteista ja valitusta tutkimusstrategiasta. Tutkimuksen tavoitteet ja tarkastelukohteet vaikuttavat myös siihen, kannattaako käyttää valmista, muokattua vai täysin itselaadittua lomaketta”, pohtii Toni Vanhala. (Vanhala 2005, alkusanat.)

Kun kysymykset jouduin keksimään ja laatimaan pääsääntöisesti itse, oli prosessi erittäin haastavaa ja mahdollisia ongelmia oli lukuisia. Kunnollisen lomakkeen laadinta edellyttikin hyvin huolellista suunnittelua ja jatkuvaa lomakkeen arviointia ja muokkausta. Vastavaikeudessa kyselylomakkeen laatijan kannattaakin muistaa aina ennen oman kyselylomakkeen laatimista perehtyä muihin valmiisiin kyselylomakkeisiin ja niiden valmiisiin kysymyksiin. Näin jälkiviisaana, olisin voinut tehdä hiukan enemmän taustatutkimusta tutkimustani varten kysymyksiä keksiessäni. Hiukan ongelmia kyselyissä tuotti kyselyyn vastaamattomuus ja tästä aiheutuva vastaajien valikoituminen, ne olivat merkittäviä riskejä, joihin tutkimusentekijän on vaikea ennalta varautua. Kyselylomake on silti ehdottomasti paras tapa kerätä suuri määrä aineistoa mahdollisimman pienellä työmäärällä ja joukkiolla. Yleensä

tutkimusentekijällä on käytössä useita rinnakkaisia tiedonhankintamenetelmiä, kuten kyselyt, haastattelut, havainnoinnit ja dokumenttianalyysit. (Robson 1994.)

Kyselylomakkeen rakenteen, ulkoasun ja kysymykset tein itse, jonka jälkeen hyväksytin ne tutkimukseni rahoittajalle. Vahvasti mukana vaikutti ja lopullisena hyväksyttäjänä toimi POSEKin yhteyspäällikkö Kirsi Sainio. Tutkimukseni rahoittajalla oli kuitenkin viimeinen päätös siitä mitä haluttiin kysyä, joten sähköpostia kyselylomakkeista tuli lähetettyä tutkimuksen rahoittajalle useampaan otteeseen. Lopulta sain kuitenkin myöntävät päätökset kolmeen eri kyselylomakkeeseen RMJ Party Campiin (Liite 1), Pori Jazzeihin (Liite 2) ja Sonispehereen (Liite 3). Kyselylomakkeet eivät voineet olla identtiset, sillä jo festivaalien kestot muuttivat kysymystyyppejä.

Avoimien kysymysten avulla saatiin laadullista aineistoa, jonka käsittely vaati enemmän työtä ja aikaa kuin määrällisen aineiston. Määrällinen aineisto muodostuu vaihtoehtokysymysten vastauksista. Kyselylomaketta laatiessani pystyin avoimilla kysymyksillä hakemaan mielipiteitä otosjoukolta, joita käytin lomakkeen viimeisessä kohdassa. Tämän menettelyn avulla lomakkeesta saatiin vähemmän vaivaa vaativa niin täyttämisen kuin vastausten kirjaamisenkin kannalta.

Colin Robsonin (1994) mukaan ainoa tutkimuksen tuottama suositus kysymysjärjestyksestä on yleisempien kysymysten sijoittaminen ennen tarkkoja kysymyksiä. E.R. Babbie (1973) suosittelee tämän lisäksi kuitenkin sijoittamaan mielenkiinnottomat kysymykset, joilla vastaajat luokitellaan eri ryhmiin, kyselyn loppuun. Tällaisia mielenkiinnottomia kysymyksiä ovat esimerkiksi sukupuoli ja ikä. Kiinnostavat kysymykset lomakkeen alussa luultavasti herättävätkin vastaajan mielenkiinnon ja kannustavat aloittamaan lomakkeen täytön. Itse sijoitin ikä ja sukupuoli kysymykset kyselylomakkeen ensimmäisiksi kohdiksi, koska se oli mielestäni kaikkein loogisin vaihtoehto.

Kysymykset olisin voinut laatia myös kahdella eri tavalla. Vastaajille oltaisiin voitu joko antaa valmiit vastausvaihtoehdot tai sallia vastaaminen omin sanoin. Ensimmäinen vaihtoehto oli suositeltavampi, sillä se yksinkertaisti lopullista vastausten analysointia. (Robson, 1994). Avointen kysymysten synnyttämän laadullisen

aineiston käsittely vaatii usein otoksen suuruudesta johtuen liikaa resursseja. Avoimia kysymyksiä kannattikin käyttää silloin, kun kysymyksen kohteena olevasta asiasta ei ollut esimerkiksi teoriaan pohjautuvaa yleisesti hyväksyttävää luokitusta. (Järvinen & Järvinen, 2000). Itse sekoitin kyselylomakkeissa sopivasti molempia, valmiita vaihtoehtoja ja avoimia kysymyksiä. Mielestäni se toimii parempana aivoriihenä vastaajille. Pelkkien ympyröiden täyttäminen tai vastausvaihtoehtojen numerointi ei mielestäni motivoi ketään tarpeeksi.

Kysymysten sanamuotojen tarkistaminen oli erittäin tärkeä vaihe, sillä kyselyn kieli piti olla ymmärrettävää ja selkeää vastaajan silmissä. Kyselystä ei saanut tehdä myöskään liian pitkää, koska tällöin on suuri todennäköisyys, että vastaajien motivaatio laskee ja saadaan epätosia vastauksia, saatikka ollenkaan vastauksia. Myöskään ei kannattanut pienentää tekstiä tai marginaalia, sillä liian ahtaaksi täytetty tai liian pienellä tekstillä kirjoitettu kyselylomake aiheuttaa usein vastaajissa negatiivisen reaktion. Tein kyselylomakkeistani kaksipuolisen A4:sen. Itselaadittu kysely kannattaa aina esitestata ja esitestaus auttaa usein poistamaan pahimmat ongelmat. (SAMK, tutkimusopas opiskelijoille 2009, 13-14.)

Vastausten määrän kasvattamiseksi Robson (1994) antaa erilaisia suosituksia. Robsonin suosituksista osa soveltuu myös postitettujen että sähköisten kyselyjen suorittamiseen (Taulukko 1). Itse pidin mielessäni kyselylomaketta tehdessäni varsinkin kohtia 1, 2, 3, 6, 8.

-
1. Lomakkeen täytyy näyttää helposti täytettävältä.
 2. Sanamuotojen tulee olla selkeitä.
 3. Järjestä lomakkeen sisältö huolellisesti.
 4. Väritys voi selkeyttää lomakkeen rakennetta.
 5. Toista kyselyn täyttöohjeet, jos sekaannus on mahdollista.
 6. Ensimmäisten kysymysten pitää olla kiinnostavia, seuraavat voivat käsitellä vaikeampia asioita.
 7. Kyselyn sanamuodot ovat tärkeitä. Lomakkeen testaaminen ennen kyselyä on ehdottoman tärkeää.
 8. Tutkimuksen tärkeys ja tarkoitus pitää tuoda esiin.
-

Taulukko 1. Robsonia (1994) lainaten kahdeksan suositusta, miten kyselyyn vastaajien määrän kasvattamiseksi kannattaa tehdä.

4.2 Kyselylomakkeeseen vastaamiseen liittyvät luotettavuusongelmat

Kyselylomakkeista saatujen tuloksien luotettavuus voidaan jakaa reliabiliteettiin ja validiteettiin. Satunnainen vaihtelu vaikuttaa suuresti saatuihin vastauksiin ja tästä johtuu heikko realiteetti minkä vuoksi sitten taas tutkimuksen tuloksetkin ovat satunnaisia. Tutkimus ei siis ole enää toistettavissa, eikä se tämän vuoksi ole myöskään luotettava. (Hufnagel & Conca, 1991.) Reliabiliteettia voidaan kuitenkin arvioida teettämällä kysely samassa muodossa ja samoilla vastaajilla useita kertoja ja vertaamalla tuloksia. Ajankäytön vuoksi kyseinen vaihtoehto oli tutkimuksessani täysin mahdoton.

Mikään ei tietenkään takaa sitä, että kyselyyn osallistuja lukisi lomakkeen kysymykset järjestyksessä, jotkut aloittavatkin sanomalehtien lukemisen viimeiseltä sivulta. Vastaaja voi esimerkiksi ohittaa vaikeat kysymykset palatakseen niihin sitten myöhemmin. Jos kysymysten järjestys on kuitenkin kriittisen tärkeä, niin on syytä toteuttaa kyselyn sijasta strukturoitu haastattelu, jossa kysymykset voidaan esittää juuri toivotussa järjestyksessä. Opinnäytetyöni oli kenttäkysely ja vaikka kenttäkysely näyttääkin helpolta ratkaisulta tiedonkeruumenetelmänä, niin sen vastauksissa piilee aina validiteettiongelmia. Kenttäkysely tapahtui niin sanotussa ”oikeassa” ympäristössä, jota kyselyn tekijä pystyy kontrolloimaan hyvin rajoitetusti. (Vanhala, 2005, 2.)

Seuraavassa olen käsitellyt kolmea seikkaa jotka vaikuttavat kyselylomakkeen vastausten luotettavuuteen ja joista seuraa helposti ongelmia. Näitä seikkoja on kyselyntekijän vaikea itse hallita:

- 1) Ovatko vastaajat täyttäneet kyselyn huolellisesti? Tätä ongelmaa voisi pyrkiä hallitsemaan niin sanotuilla tarkistuskysymyksillä tai samaa asiaa kysyttäisiin ainakin kahdella eri kysymyksellä.

- 2) Antaako vastaaja epätosia vastauksia tai liioitteleeko hän? Tutkimuksen tekijän pitää osata jättää huomioimatta selvästi epätodelliset vastaukset lopullisessa analyysissä.
- 3) Edustavatko vastaukset henkilöiden käsityksiä vaiko tutkijan näkemystä? Kyselijä voi helposti johdatella vastaajaa vastaamaan.

Tutkimusta tehdessäni huomasin kentällä ollessani lisäksi yhden muun tekijän joka vaikuttaa kyselylomakkeeseen vastaamisen luotettavuudesta, nimittäin sääolosuhteet. Ensimmäisenä festaripäivänä kun kävin RMJ Party Campissa kyselemässä ihmisiltä, huomasin vastausten olevan kyselylomakkeen kohdassa ”kokemukset ja/tai mielikuva Porista” hyvinkin positiivisia ja sävyiltään iloisia. Tällä ajankohdalla aurinko paistoi kirkkaalta taivaalta ja ilma oli erittäin lämmin. Seuraavana päivänä kun kävin tekemässä kyselyä satoi vettä, myös edellinen ilta, yö ja aamu oli satanut vettä lähes taukoamatta. Ihmisistä huomasin etteivät he olleet enää niin iloisia ja positiivisessa mielentilassa, mitä he olivat olleet päivää ennen. Mielipidevastaukset olivatkin sävyiltään negatiivisempia, lyhyempiä ja lomakkeet vain osittain täytettyjä. Aikaa käytettiin lomakkeihin vastaamiseen vähemmän ja tästä voidaankin päätellä, että varmasti osa palautetuista kyselylomakkeista eivät pitäneet totuudeltaan paikkaansa.

Kyselylomakkeen täyttäminen erilaisissa asiayhteyksissä on tuloksiin merkittävästi vaikuttava tekijä. Koska olen laatinut kyselylomakkeen itse, se saattaa edustaa omaa näkemysmaailmaani. Koehenkilöllä saattaa olla aivan erilaisia vaihtoehtoja mielessä, mutta kyselylomake ei välttämättä salli muita vaihtoehtoja. Tätä ongelmaa voidaan hoitaa niin sanotuilla avoimilla kysymyksillä strukturoitujen osioiden ohella. (Vanhala, 2005, 17.)

4.3 Aineiston käsittely

Kun kyselyt saatiin tehtyä, oli seuraavana tehtävänä vuorossa vastausten tarkistaminen ja ylös kirjaaminen, joka tarkoitti virheiden tunnistamista ja niiden korjaamista. Vastauksia tarkistaessa jätin epäselvät ja tyhjät lomakkeet huomioimatta, samoin hylkäsin kaikki epätäydelliset vastaukset. Hylätyiksi joutui myös ne kysely-

lomakkeet, joista näin ettei vastaaja ole yrittänytkaan olla todenmukainen. Seuraava vaihe oli tietojen kirjaaminen ylös, jonka tein Excel-taulukkoon. Ensimmäiseksi oli eroteltava strukturoidut kysymykset ja avoimet kysymykset toisistaan. Strukturoidut kysymykset oli suhteellisen helppo kirjata Excel-taulukkoon, vaikka paljon aikaa se veikin. Avoimien kysymysten kohdalla ylös kirjattiin kaikki hyödylliset ja sopivaa kieltä edustavat mielipiteet. Paljon saatiin myös takaisin sellaisia kyselylomakkeita, joissa mielipide kysymyksen kohdalla oltiin käytetty ala-arvoista tekstiä. Nämä jäi myös huomioimatta.

Jaoin yhdessä tutkimukseni avustajan Ville Pääkkösen kanssa lopulliset vastaukset puoliksi ja kirjasimme ne Excel-taulukkoon. Lopuksi kokosin molempien Excel-taulukot yhteen ja laskin tutkimukseen tarvittavat keskiarvot ja jakaumat. Keskiarvoista, jakaumista ja muista tiedoista tein Powerpointin ja Ville raportin, jotka sitten lähetettiin tutkimuksen tilaajalle. Olin jo etukäteen laatinut kysymykset yhdessä Posekin Yhteyspäällikön Kirsi Sainion kanssa, joita sitten käytin punaisena lankana kyselylomaketta tehdessä. Kysymyksilläni pyrittiin saamaan mahdollisimman laaja ja totuudenmukaiset vastaukset festariväen rahankäytöstä ja samalla kartoittaa kävijäprofiili festariväestä. Kysymykset on esitetty tarkemmin liitteissä (ks. LIITE 1, LIITE 2 ja LIITE 3.) Kyselylomakkeet sisälsivät myös kysymyksen, jonka avulla selvitettiin mistä lähteestä ihmiset saivat inoformaatiota järjestetystä festivaalista. Pääosiltaan kysymykseni jakautuivat viiteen eri luokkaan:

- 1) Festivaalin aikana tapahtuvaan rahan käyttöön
- 2) Kyseleeyyn osallistujan mielipiteet Porin seudusta
- 3) Festivaalikävijän henkilötausta
- 4) Mistä on tullut, millä on tullut ja missä aikoo yöpyä?
- 5) Mistä on hankkinut festariliput ja tietoa festareista?

Kyselylomakkeenjakotilanteissa oli jossain määrin havainnointi aina läsnä. Festivaaliväestä en etsinyt mitään tiettyjä piirteitä osallistuakseen kyselyyn, tarpeeksi selvä kunto riitti. Kentällä ollessani annoin kyselylomakkeen potentiaalisille vastaajille ja jos vastaaja itse halusi, niin kyselin ja haastattelin häneltä kysymykset ja kirjasin ne itse kyselylomakkeelle.

Tutkimuksestani en tehnyt esihaastattelua, koska kyseessä oli festivaalikohtainen tutkimus, täten en voinut kokeiluttaa etukäteen muita kuin festivaaleihin osallistujia. Esihaastattelu voi myös vaikeuttaa tiedon tuoreutta ja vastaajat olisivat voineet esihaastattelussa antaa väärää tietoa käytetyistä rahamääristä, sillä osa ylitti ja osa alitti henkilökohtaisen suunniteltun budjetinsa. Ilman esihaastattelua pystytään eliminoimaan välillisen vaikutuksen haastattelujen lopputulokseen. Tutkimukseeni osallistujat olivat kaikki päällisin puolin motivoituneita vastaamaan ja suurin osa vastaajista ei ollut niin juhlatunnelmissa ettei olisi kyennyt vastaamaan todenmukaisesti, muutamia yksilöitä lukuunottamatta. Persoonista ja eri ihmisjoukkion koosta riippuen kyselytilanteet kesti noin neljästä minuutista viiteentoista minuttiin. Haastattelun etuna muihin tiedonkeruumenetelmiin on sen mahdollisuus tarkentaa vastauksia ja korjata väärinymmärryksiä. (Mentelmäopetuksen tietovaranto www-sivut 2009.)

4.4 Kysymyksiin vastaamisen edellyttämä päättely

Hufnagelin ja Concan (1991) mukaan kysymykset jakautuvat kolmeen eri kategoriaan: Luokittelua, selittämistä ja ennustamista vaativiin. He käsittelevät artikkelissaan erityyppisiin kysymyksiin vastaamisen edellyttämää päättelyä, kysymysten virhelähteitä ja virheiden välttämistä. Alla olevassa taulukossa (Taulukko 2) Hufnagelin ja Concan antavat hyviä ohjeita miten mahdollisia vastausten virhelähteitä pystyttäisiin minimoimaan tai poistamaan kokonaan.

Tehtävä	Vastausten virhelähteitä	Ehdotetut ratkaisut
Henkilön tai objektin ominaisuuksien erittely	Moniselitteinen kysymys tai konteksti	<ul style="list-style-type: none"> Kuvaa konteksti ohjeistuksessa Määrittele mahdollisesti epäselvät käsitteet Käytä vertailevia kysymyksiä Testaa lomaketta osalla vastaajista
	Sanalliset frekvenssiasteikot	<ul style="list-style-type: none"> Käytä prosenttiasteikkoja

Aiemman kokemuksen merkitys ja mieleen palautuminen	<ul style="list-style-type: none"> • Ohjeista vastaajat arvioimaan yleisintä tilannetta
Vähän aikaa sitten hankitun kokemuksen keskeisyys	<ul style="list-style-type: none"> • Ilmoita ajanjakso, jota vastaajien tulee tarkastella (esim. viime viikko)
Tietämyksen puute	<ul style="list-style-type: none"> • Anna mahdollisuus epävarmoihin vastauksiin (”en tiedä”, ”en ole varma”)
Asenteen laimeus	<ul style="list-style-type: none"> • Kerää tietoa asenteiden ja mielipiteiden voimakkuudesta

Taulukko 2. Luokitteluun liittyvät tehtävät ja virhelähteet (Hufnagel & Conca, 1991.)

Taulukossa 2 on Hufnagelin ja Concanin (1991) mukaan kuvatut luokittelukysymysten ongelmat. Ne johtuvat vastausten kontekstisidonnaisuudesta ja viiheistä, joita aiempi kokemus, ympäristö, tutkija, kyselyn ohjeistus ja itse kysymykset tarjoavat. Kysymyksiä miettiessäni tärkeää oli muistaa, että kysymyksen kontekstin oli oltava ennen kaikkea yksikäsitteinen, sillä epämääräiset sanamuodot ja vaikea terminologia voisi aiheuttaa sekä satunnaisia virheitä, että harhoja vastaajissa. Nämä seikat heijastaisivat sitten taas vastauksien luotettavuudessa. Huonosti tehdyn kyselylomakkeen kysymykset poikkeaisivat vastaajien todellisista mielipiteistä ja arvioissa, harhat aiheuttaisivat johdonmukaisen poikkeaman. Harhan vaikutuksesta osallistujat saattaisivat vastata todellista mielipidettään myönteisemmin tai kielteisemmin. Hufnagel ja Conca ovat havainneet, että vaihtoehtojen suhteellinen sijainti vastausasteikolla vaikuttaa vastaukseen enemmän kuin vastausvaihtoehdon sisältö. (Hufnagel & Conca, 1991.) Hufnagelin ja Concanin mielestä, useimmiten parhaimpiin tuloksiin päästään käyttämällä sanallisten vaihtoehtojen sijasta numeerista asteikkoa.

5 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

Kun tutkittiin yksittäisiä musiikkifestivaaleja on sanomattakin selvää, että aineistoa piti lähteä keräämään sieltä missä ihmisetkin ovat, eli paikan päältä. Haastattelut ja kyselyt toteutettiin niin sanotusti kenttätöinä. Ne toteutettiin festivaalien aikana eri festivaalialueilla ja niiden ympäristöissä. Kyselylomakkeet olivat itse laadittuja, joten ne eivät olleet standardoituja tutkimuslomakkeita. Kyselylomakkeissa oli pääsääntöisesti valmiita vastausvaihtoehtoja höystettynä mielipidekysymyksellä. Aikaisempia samankaltaisia ja verrattavissa olevia tutkimuksia näistä festivaaleista en löytänyt, joten aineiston keruu oli mielenkiintoista, että ongelmallistakin.

Tämänkaltaisessa tutkimuksessa tutkijaa usein vaivaava se, että kuinka suuri olisi otava otoksen koko, jotta kartoitus olisi tarpeeksi kattava ja tilastollisia menetelmiä voitaisiin käyttää. Oulun tietojenkäsittelytieteiden laitoksen professori Vesa Puhakan mukaan tilastotieteessä esitetään yleisesti, että otoskoko 30 on minimi, jos aikoo käyttää tilastollisia menetelmiä. Tässä työssä otoskoko piti olla huomattavasti suurempi, että saataisiin riittävät tiedot keskiarvoille ja jakaumille. (Vesa Puhakka 2005, 13.)

Kolmesta eri festivaalista oli saatava yhteensä 1000 kappaletta käyttökelpoista kyselylomaketta, eli noin 333 kyselylomaketta per festivaali. Yksin tämä koko operaatio olisi ollut erittäin vaikea ajallisesti toteuttaa, pelkästään jo Sonispheren takia. Sonisphere kesti vain yhden päivän ja yhden ihmisen haastatteluun ja valmiin kyselylomakkeen takaisin saamiseksi meni arviolta noin 4 minuuttia per henkilö. Pientä laskelmaa hyväksi käyttäen voidaan todeta, että 4 minuuttia per henkilö kertaa 333 haastattelua tekee 1332 minuuttia, eli noin 22 tuntia. Tässä laskelmassa ei ole otettu huomioon sitä aikaa kun potentiaalisia haastateltavia haetaan paikan päältä ja haastattelija kulkee pisteestä A pisteeseen B haastateltavia etsiessä. Onneksi kyselyjen keräämisessä minulla oli apuna toinen haastattelija koulun kautta, mutta aika ei siltikään riittänyt Sonispheren kohdalla. Sonispheren 333 käyttökelpoisen kyselylomakkeen sijasta saatiin kasaan vain 223 kappaletta. Sonispheren rajallinen aika ja siitä johtuvat ongelmat olivat meillä jo tiedossa ennen festivaaleja, joten RMJ Party

Campista ja Porin Jazzeilta kerättiin enemmän kuin 333 haastattelua, jotta tavoitteena ollut 1000 täytettyä kyselylomaketta saataisiin kasaan.

Tutkimuksen ja kyselyjen tekemisessä oli mukana omat haasteet ja ongelmat. Lomakkeiden kysymykset tein valmiiksi huolella ja suurin osa ihmisistä vastasikin samalla tavalla. Silti löytyi myös niitä kyselyyn osallistuneita, jotka vastasivat kyselyhin päinvastaisesti: Nopeasti, epätosin ja huolimattomasti käsialasta päätellen. Tutkimuksestani olisi voinut saada syvällisemmän pelkästään haastatteluja käyttäen, mutta kyselylomakkeilla saatiin laajemmat vastaukset tapahtumista. Tutkimukseni suorittaminen kyselylomakkein olikin ainoa varteenotettava vaihtoehto, sillä aika oli rajallinen ja kyselijöitä oli tekemässä vain kaksi henkilöä. Selvästi humaltuneiden ihmisten vastauksia pyrittiin välttämään ja kyselyt tehtiinkin pääsääntöisesti päivällä. Alla oleva (mm. Robson, 1994) taulukko (Taulukko 3), esittää yleisimmät tutkimusstrategiat ja niihin liittyvät ominaisuudet. Taulukko on rakennettu yleisistä tutkimusoppaista. Tutkimukseni kuuluu tutkimusstrategia kohtaan kyselytutkimus.

Tutkimusstrategia	Osallistujien määrä	Tavoite	Kysymykset	Ongelmat	Erityistä
Kyselytutkimus	Satoja	Kuvaaminen	Kuka, mitä, missä, kuinka monta, kuinka paljon	Vastaajien valikointuminen	Vastaajien valinta tärkeää kerätyn tiedon määrä ei takaa yleistettävyyttä ja hyödyllisyyttä
Kokeellinen tutkimus	Kymmeniä	Selittäminen	Kuinka, miksi	Harhat, väliintulevat muuttujat	Vaatii tilanteen ja koeasetelman hallinnan
Tapaustutkimus	Yksi tai muutamia	Uusien ideoiden tuottaminen	Kuinka, miksi	Heikko yleistettävyys, työläs	Käytössä useita rinnakkaisia tiedonkeruumenetelmiä

Taulukko 3. Tutkimusstrategioihin liittyvät ominaisuudet (mm. Robson, 1994).

5.1 Kyselyn toteutus ja lomakehaastattelu

Kyselyn lopullinen toteutus paikan päällä vaati kyselyntekijältä ennakkoluulottomuutta, oikeaa asennetta, hiukan ”pelisilmää” ihmisiä kyselyyn valittaessa ja ennen kaikkea rohkeutta. Kaikille ihmisille ei ole helppoa mennä haastattelemaan ja jakamaan kyselylomakkeita yli tuhannelle täysin ventovieraalle ihmisille, tästä syystä kaltaiseni tutkimus ei sovellukkaan kaikille ihmistypeille, ainakaan kaikkein ujoimmille. Tutkimukseni toimisi kuitenkin hyvänä harjoituksena ujoimmille, rohkeutta ja sosiaalisuutta harjoittaessa. Tällaista tutkimusta tehdessä pitää tekijän olla sosiaalinen, rohkea ja puhelias. Hän osaa välttää häiritsemästä ihmisiä ja osaa valita festarikansasta näppituntumalla potentiaaliset kohteet. Kun kyseessä on festarit ja alkoholi on vahvasti mukana, pitää kyselijän hiukan tarkkailla mihin telttaryhmittymään papereineen ja kirjoituslustoineen astelee, vaikkei omalle kohdalleni ja kollegalleni mitään ongelmia ihmisten käyttäytymisestä eteen tullutkaan.

Rahankäyttöön liittyvät kysymykset olivat arvioita tulevasta, jos oikein täydellisiä tietoja oltaisiin haluttu niin vastaukset olisi pitänyt kerätä festivaalien jälkeen. Tämä toisi mukanaan omat ongelmat ja resurssien pitäisi olla huomattavasti isommat. Se on sanomattakin selvää, että rahankäyttökysymysten vastauksiin vääristää tapahtumien aikaisten alkoholin käytön vaikutus todellisiin tietoihin. Usein arkaluontoisia kuluja, kuten juomiin käytettyjä summia, voidaan hieman pyöristää alaspäin ja näin ollen tulokset voivat olla hieman poikkeavia todellisuudesta.

Kyselyn varsinaiseen toteutukseen liittyy hyvinkin monta huomioon otettavaa seikkaa. Vastaajien valinta ja kyselyn suorittaminen erilaisissa konteksteissa voivat kaikki vaikuttaa tuloksiin ja tulosten analyysiin. Kyselyn ehdoton etu muihin tiedonhankintamenetelmiin oli sen tarjoama mahdollisuus kerätä kohtuullisella vaivalla suuri määrä tietoa suurelta vastaajajoukolta. Kyselyllä saadun tiedon merkitystä ei kuitenkaan saa yliarvioida, eikä tiedon määrä korvaakaan sen laatua. (Vanhala 2005, 18.) Kyselyyn vastaamattomuus ja siitä johtuva vastaajien valikoituminen ovat merkittäviä riskejä, joihin on vaikeaa ennalta varautua. Kaikki eivät halua kyselyihin vastata ja siihen piti varautua ja olla ottamatta nokkiinsa.

Vastaukset kyselylomakkeisiin tutkimuksessani kerättiin kahdella eri tavalla, joko jakamalla kyselylomakkeet isoille ihmisryhmille ja pyytäen palauttamaan valmiit lomakkeet tai sitten haastatteleamalla yksittäisiä henkilöitä tai enintään kolmen ihmisen ryhmiä. Kummassakin menetelmässä oli hyvät ja huonot puolensa. Ajallisesti katsottuna hyvä vaihtoehto oli jakaa kyselylomakkeita isoille ryhmille samaan aikaan. Yhden ihmisen haastatteluun meni noin 4 minuuttia, samalla ajalla sai isoilta ryhmiltä samassa ajassa noin 8-12 vastauslomaketta. Kyselyitä tehdessä aika ei ollut todellaakaan puolellani.

Jos tutkimukseni otoskoko olisi ollut alle 50, olisin suorittanut sen kokonaan haastatteleamalla. Haastattelua voidaan hyvin verrata aivan normaaliin keskusteluun ja sitä voidaan kutsua keskusteluksi, tarkemmin keskusteluksi jolla on jokin tarkoitus. Haastattelu poikkeaa kuitenkin tavallisesta keskustelusta siinä, että kommunikointi tapahtuu haastattelijan ehdoilla ja johdolla. Haastattelutilanteet eivät mene minkään kaavan mukaan ja haastattelijalla voi myös joutua johdatelemaan haastateltavaa sekä voidaan joutua motivoimaan haastateltavaa vastaamaan kysymyksiin. Haastattelua voidaan pitää keinotekoisena tilanteena ja toisaalta myös vuorovaikutustilanteena, jossa molemmat osapuolet voivat vaikuttaa toisiinsa. Haastattelijalla on pääsy läheiseen kontaktiin haastateltavan kanssa ja voi näin ollen havainnoida samalla itse tilannetta. (Hirsijärvi & Hurme 1985, 14-27.)

5.2 Otoksen valinta

Otoksen valinta eli otanta oli tarpeen tietojen keräämisen ja analysoinnin vaatimien resurssien pienentämiseksi. Yleensä tutkimusta tehdessä kaikki tutkimuksen kannalta merkittävät henkilöt eivät voi osallistua tutkimukseen syystä tai toisesta. Tutkimuksessani kohderyhmän koko oli hyvin suuri ja useimmiten se tämänkaltaisissa tutkimuksissa onkin. Otosta valittaessa tärkein tekijä oli otoksen satunnaisuus. Otokseen tulevien yksilöiden tuli valikoitua sattumanvaraisesti siten, että kuka tahansa perusjoukosta voi osua otokseen. Ainoastaan tämä mahdollistaisi todellisten tutkimustulosten saamisen. Tutkimuksessani ei tarvittu tiettyjä avainhenkilöitä, joita olisi pitänyt haastatella. Yleisömassasta valittiin satunnaisesti osallistujat eli otos, jotka sitten vastasivat parhaimman mukaan kyselyyn. Tutkimuksessani kaikki

vastaamaan kykenevät kelpasivat ja sen koommin en erotellut ihmisiä keneltä vastauksia kyselylomakkeisiin haettiin. Tutkimuksessani otoksen kokona oli yli tuhat festarikävijää kolmesta eri festivaalista, miehiä ja naisia eri ikäluokista. Menetelmänä käytin yksinkertaista satunnaisotantaa. Tutkimukseni hyvin suuresta otoksesta vaativa aika oli niin suuri, että esimerkiksi markkinakartoitukseen käytettävät tulokset olivat saatavilla vasta koko toteutusvaiheen jälkeen. (Kitchenham & Pfleeger, 2002d.)

Otantoja on erilaisia, on satunnaiset menetelmät, kuten yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen otanta ja ryväotanta. Ne tähtäävät edustavan otoksen muodostamiseen ihmisistä. Edustava otos mahdollistaa koko porukkaa koskevien päätelmien muodostamisen. Satunnaisen otoksen muodostaminen onkin sitten taas tärkeää erityisesti kokeellisessa tutkimuksessa, jossa tavoitteena on ulkoinen valideetti. Ei-satunnainen otanta on helpoiten järjestettävissä ja se vaatii vähemmän resursseja kuin satunnaisen otoksen muodostaminen. Ei-satunnainen otos onkin käytännöllisempi, jos ei tuloksia ole tarkoitus arvioida tilastollisesti. Yleistettävät tulokset kuitenkin edellyttävät useasti edes jonkinlaista analyysia, minkä vuoksi menetelmä sopii lähinnä tapaustutkimuksiin. (Kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien oppimisympäristön www-sivut 2009.)

Kysely mahdollisti laajan otoksen käytön, mikä edesautti tulosten yleistettävyyttä. Otoksen edustavuus on kuitenkin usein kyseenalainen. Otetaan esimerkki, Iltalehden verkkosivulla esitetyn kyselyn tuloksia ei voi yleistää kaikkia suomalaisia koskeviksi, sillä kyselyyn vastanneet eivät luultavasti muodosta kaikkia suomalaisia edustavaa joukkoa. Tutkimustani ei voida yleistää, että kaikki RMJ Party Campissa kävijät olisivat iältään 18-20 vuotiaita nuoria, vaikka suurin osa 120/326, kuuluikin tähän ikäluokkaan. Otanta myös mahdollistaa vastaamatta jättäneiden henkilöiden kartoittamisen, mikä edesauttaa otoksen edustavuuden määrittelyä ja auttaa arvioimaan vastaajien valikoitumisen merkitystä saatujen tulosten kannalta (Kitchenham & Pfleeger, 2002). Otos valitaan populaatiosta ja populaatio merkitsee kaikkia tarkasteltavia tapauksia, kuten kaikkia potentiaalisia vastaamaan kykeneviä. Otantamenetelmät voidaan rohkeasti jakaa kahteen eri konseptiin, satunnaisiin ja ei-satunnaisiin.

Laajalle ihmisjoukolla jaetut kyselylomakkeen palauttaneet ja kyselyyn vastaamatta jättäneet erosivat toisistaan luultavasti muussakin kuin pekästään viitseliäisyydessä. Näin vastaajien valikoituminen ei ollut suuri ongelma, kun lomake oli kerran henkilökohtaisesti annettu jokaiselle vastaajalle paikanpäällä festivaaleilla. Kitchenhamin ja Pfleegerin (2002) mielestä otoksen koon merkitys kyselyn onnistumisen kannalta usein yliarvioidaan. Käyttämällä pienempää otosta osa kyselylle varatuista resursseista voitaisiin käyttää vastaamattomuuden syiden selvittämiseen. Näiden syiden ymmärtäminen on tärkeää paitsi aineiston analyysissä, myös kyselystrategian, kyselylomakkeen ja kyselyn suorittamisen kehittämiseksi.

5.3 Ongelmatekijät

Ehkä eniten ongelmia kyselyjä tehdessäni tuotti rajoitettu aika. Kaikissa tilanteissa ei pitkää kyselyä muutenkaan pystyttäisi suorittamaan, kun lomakkeet jaetaan ja täytetään kaduilla, festivaalialueella, puistoissa, leirintäpaikoissa kenttätutkimuksen yhteydessä. RMJ Party Campin aikana myös suurena ongelmatekijänä oli huono sää, joka vaikutti haastateltavien asenteeseen ja kyselyjen tekemiseen. Kyselyt ja tarvittavat haastattelut oli vaikea toteuttaa vesisateessa, sillä kyselylomakkeet kärsivät kosteudesta ja ihmiset pysyivät sisällä teltoissaan. (Vanhala 2005, 24.)

Kun kerran on kyse musiikkifestivaaleista, piti ottaa huomioon sellainen seikka, että ihmiset tulivat festivaaleille pitämään hauskaa ja suurelle osaa kävijöistä kuuluu myös alkoholi osana hauskanpitoon. Kenttätyössäni menin ihmisten luokse ja näin ollen saatoin myös häiritä heidän sen hetkistä toimintaa, joten kohteliaisuus piti muistaa ennen kaikkea. Jotta saataisiin mahdollisimman todenmukaisia vastauksia piti kyselyt tehdä mahdollisimman aikaisin festivaalien aikana, ennenkuin ihmisten humalatila väärentäisi todellisia vastauksia. Tämä seikka piti ottaa huomioon varsinkin Sonispheren ja RMJ Party Campin kohdalla, joissa alkoholi kuului enemmän asiaan kuin Pori jazzeissa. Haastattelut piti myös senkin takia tehdä festareiden alkamisvaiheessa, koska ihmisillä oli silloin enemmän aikaa vastata kyselyihin ja festivaalien esiintyjät eivät olleet vielä alloittaneet soittamaan. Positiivisena puolena tuli sellainen seikka esille, että ihmiset olivat hyvinkin valmiita

vastaamaan festareiden alkuvaiheessa, koska festarit eivät olleet vielä aika-
taulullisesti alkaneet, oli heillä jotakin mielekästä aktiviteettiä sitä odotellessa.

Varsinkin itsetehdyn lomakkeen suunnitteluun liittyi monia mahdollisia ongelmia ja
huomioitavia seikkoja. Kysymykset ohjaavat lomakkeen sisällön laatimista, mutta lo-
makkeen sanamuotojen ja kysymysjärjestyksen vaikutusta oli vaikea ellei mah-
dotonta ennakoida. Kyselylomakkeen kehittäminen vaatiikin esitestauksen, luotet-
tavuuden arvioinnin ja lomakkeen muokkaamisen toistamista useita kertoja. Jos lo-
makkeen suunnittelussa ja arvioinnissa halutaan päästä vähäisellä työmäärällä, niin
oman kyselylomakkeen pohjaksi kannattaa ottaa jokin valmis kyselylomake tai aina-
kin tutustua useisiin erilaisiin kyselylomakkeisiin. Myös lomakkeen ulkoasuun kan-
natti kiinnittää huomiota, sillä pelkkä tyhjä A4-paperi luo tylsän ensireaktion
vastaajalle ja se voi vaikuttaa vastausten luotettavuuteen ja vastaajan käyttämään
aikaan.

Kyselylomakkeeni suunnittelu tuli tarpeelliseksi, sillä jo valmiit kyselylomakkeet
eivät tuntuneet käsittelevän samoja asioita oman tutkimukseni kanssa. Oma lomake
on hyvä myös laatia silloin kun kyselylomakkeella on tarve kerätä
yksityiskohtaisempaa tietoa jostakin asiasta. Tähän voi soveltua täysin
koskemattoman lomakkeen sijasta myös muokattu lomake, jonka pohjana on kenties
käytetty jotakin valmista lomaketta. Aina kun laaditaan uusi kyselylomake, on sitä
ennen syytä tutkia valmiita lomakkeita, joiden sanamuotoja ja kysymysten sisältöä
on varmasti mietitty perusteellisesti. (Vanhala 2005, 24.)

Lomakkeesta ei voinut tehdä pitkää, sillä epäoleelliset kysymykset ainoastaan tur-
hauttavat ja kyllästyttävät vastaajia. Kaikki haluttu tieto piti saada mahtumaan
A4:selle. Kyselylomakkeen ollessa kaksipuolinen, piti lomakkeessa olla selvästi
maininta siitä, että kysely jatkuu vielä paperin toisellakin puolella. Jotta saatiin
kaikki ongelmat kuvattua kyselylomakkeessa, edellytti se avoimia kysymyksiä,
joihin vastaajat pystyivät antamaan vapaasti oman mielipiteen ja muotoillun
vastauksen. Tämä tietenkin aiheutti lisätyötä lopullisten tuloksien analysoinnissa.
Lomakkeiden käytössä tapaustutkimusten yhteydessä on usein ongelmana taustalla
olevan teorian puutteellisuus tai puuttuminen. (Hufnagel & Conca, 1991.)

Yhtenä isona ongelmana oli myös suurten ryhmien vastausten keruun parissa sellainen seikka, että ei pystynyt varmistumaan siitä onko vastaajat varmasti sisäistänyt ja ymmärtänyt kysymykset. Tästä johtuen virhemarginaalin kasvu oli pelkona. Yksittäistä ihmistä tai pientä joukkoa haastateltaessa pystyi todennäköisemmin varmistumaan siitä, että kysymykset oltiin ymmärretty oikein ja tarpeen vaatiessa voitiin selvittää niitä vielä tarkemmin ja varmistuttiin vastausten validiteetistä. Kun isot ryhmät vastaavat kyselylomakkeisiin samanaikaisesti, saattavat he myös vastata vain toiselle puolelle kyselylomakkeesta. Ihmiset myös vastaavat helposti samoin kuin vieruskaverikin, tai he voivat vitsailu mielessä muita huvittaakseen vastata mitä mieleen juolahtaa. Ongelmia ilmeni myös vastausten annoissa. Vastauksia annettiin kiireellisesti ja harkitsematta.

Kyselylomakkeissa tuli myös välttää vaihtoehtoa ”en osaa sanoa”, sillä se houkuttelee vastajaa vastaamaan sen jos se annetaan vaihtoehdoksi. ”En osaa sanoa” tiedolla sitten taas ei tehdä juurikaan mitään. Tarkkana piti olla myös vaihtoehtojen ja vastaamisjärjestyksen kanssa, sillä ne voivat johdatella vastajaa. Painotan vielä, että tärkeää on kyselylomakkeen esitestaus, sillä jos jokin vaihtoehto puuttuu lomakkeesta on sen luokittelua vaikea korjata jälkikäteen. (Puhakka 2005, dia 19.)

6 TULOKSET

Kulttuurille jaettu julkinen tuki on viime aikoina pienentynyt, mutta silti kesäfestivaaleilta ja muiltakin tapahtumilta odotetaan taloudellista kannattavuutta. Se tietenkin tuo mukanaan haasteita festivaalien järjestäjille. Jotta kesätapahtumien ja festivaalien rahoitus järjestyisi helpommin, on niiden kannattavuus paitsi tapahtumien järjestäjille myös järjestettävälle kaupungille ja sen seudulle pystyttävä todistamaan mahdollisimman kiistattomasti.

Sonisphereen myytiin vuonna 2009 noin 60 000 lippua, RMJ Party Campiin 36 000 lippua ja Pori Jazziin 56 000 lippua joten otantatutkimuksen tekeminen oli enemmän kuin perusteltua. Tutkimukseni perusjoukkona pidetään kaikkia näihin

kesätapahtumiin osallistuneita henkilöitä. Otantamenetelmänä oli yksinkertainen satunnaisotanta, eli jokaisella perusjoukon yksilöllä oli yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi. Tavoitteena oli tietenkin saada vastaajiksi mahdollisimman laaja ryhmä eri ikäisiä, eri sukupuolta edustavia ja eri taustoista tulevia vastaajia. Lopulliseksi otokseksi saatiin kaikista kolmesta festivaaleista 925 vastaajaa. Tutkimukseni vastausprosentteiksi muodostui RMJ Party Campin kohdalla 0,9%, Pori Jazzin 0,65% ja Sonispheren 0,4%. Muutama tutkimukseni kysymyksistä oli kohdistettu pelkästään ulkopaikkakuntalaisille, joten vastausten määrä voi vaihdella kysymyskohtaisesti. Kysymysasettelu kyselylomakkeissa on voinut myös hämmäntää vastaajia muutamissa kysymyksissä.

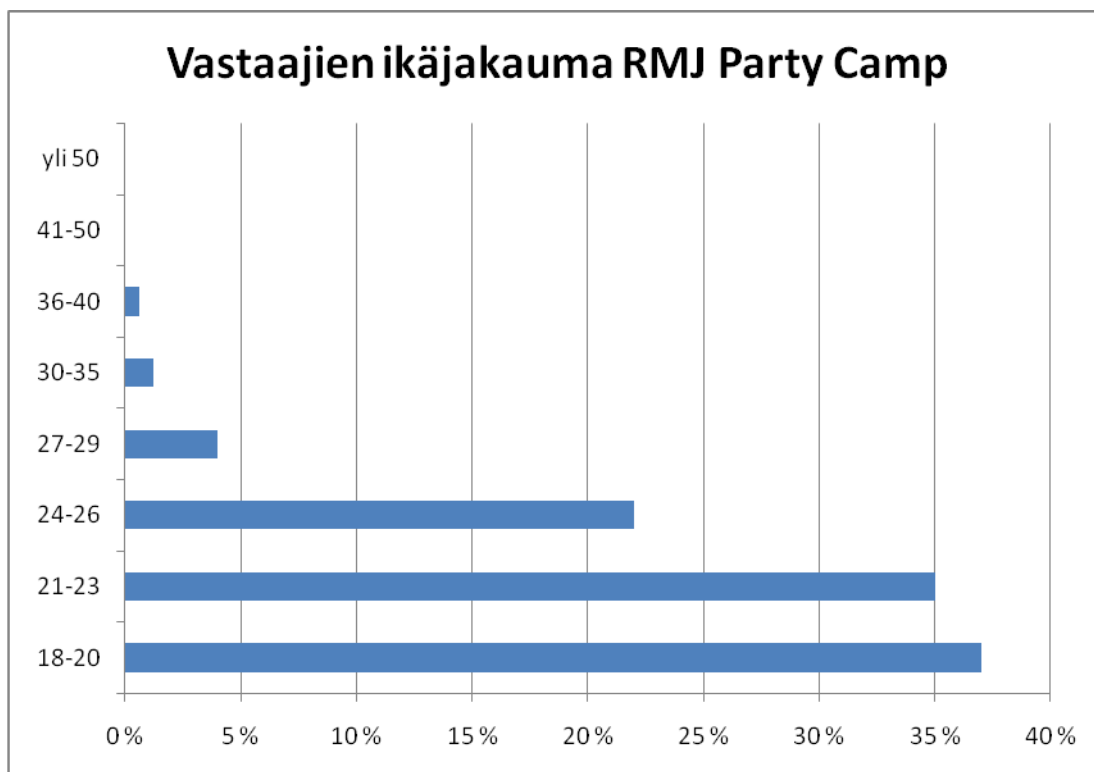
Kaiken kaikkiaan kolmesta eri festivaaleista saatiin kerättyä yli 1000 täytettyä lomaketta joista 925 oli suurimmilta osin täysin käyttökelpoisia tutkimusta varten. Tavoitteena oli saada jokaisesta festivaalista 333 käyttökelpoista lomaketta, eli yhteensä 999 lomaketta. Tutkimuksen onnistumisprosentiksi tuli 93%, joka on mielestäni kahden miehen voimilla toteutettuna erittäin hyvä tulos. Kaikista palauteutuista kyselylomakkeista ei saatu selvää, osaan oli vastattu tahallaan väärin ja joihinkin kyselylomakkeisiin oli täytetty vain toinen puoli. Kun on kyse noinkin suuresta määrästä kuin 999, voidaan olla varmoja siitä, että kaikki vastauslomakkeet eivät tule olemaan tosia. Reliabiliteettia voitaisiin kuitenkin parantaa aina kasvattamalla otoksen kokoa. Käytin kyselylomakkeissa siviilisäätö kohdalla termiä sinkku. Sinkku ei virallisesti ole siviilisäätö, mutta festivaalien luonteesta ja nuorekkaasta ilmapiiristä johtuen sanaa sinkku voitiin hyvin käyttää siviilisäätö kohdassa.

6.1 RMJ Party Camp

Sukupuoli ja ikä: RMJ Party Camp

Kyselyyn vastanneista oli RMJ Party Campin kohdalla miehiä 59% ja naisia 41%. Tuloksien perusteella RMJ Party Campin kohdalla miehiä käy enemmän kuin naisia. Vastaajien ikäjakauman perusteella voidaan todeta suurimman osan kävijöistä olleen nuoria aikuisia. Ikäjakauma on kuvattu kuviossa (Kuvio 1). Suurin osa vastanneista (36,8%), tarkalleen 120/326 kuului ikähaarukkaan 18-20 vuotiaat, toiseksi eniten

kuului luokkaan 21-23 vuotiaat (35,2%), kolmanneksi eniten luokkaan 24-26 vuotiaat (21,8%), neljäntenä 27-29 vuotiaat (4,3%), viidentenä 30-35 vuotiaat (1,22%) ja kuudentena 36-40 vuotiaat (0,6%). 41-50 vuotiaita tai yli 50 vuotiaita ei näiltä festivaaleilta saatu haaviin. Ikäänsä ilmoittamattomia oli 9.



Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma RMJ Party Camp

Siviilisäätö: RMJ Party Camp

RMJ Party Campin 335:stä takaisin saaduista lomakkeista 330:ntä voitiin käyttää laskettavaksi kysymyskohdassa siviilisäätö. Viiden lomakkeen kohdalla siviilisäätö-kohta oli jätetty tyhjäksi. Sinkut muodostivat RMJ Party Campin suurimman kävijäryhmän (Taulukko 4). Sinkut olivatkin ylivoimaisesti suurin ryhmä ja näihin kuului yli puolet, 63,9 % vastanneista. Seuraavina tuli avioliitossa elävät 17,3% ja suhteessa olevat 16,4%. Avioliitossa eläviä oli vain 1,82% vastanneista. Kaksi ihmistä oli laittanut Muu, mikä-vaihtoehtoon siviilisäädyn on-off-suhde. Ottaen huomioon vastaajien ikäjakauman, eivät nämä tulokset ole yllättäviä ja RMJ Party Campia voidaan pitää tuloksien perusteella sinkkuhihmisten juhlanä.

Siviilisäät		
	Lukumäärä	%
Sinkkuja	211	63,9
Avoliitossa	57	17,3
Suhteessa	54	16,4
Avioliitossa	6	1,8
Muu, mikä: On-off-suhde	2	0,6
Yhteensä	330	100,0

Taulukko 4. Siviilisäät: RMJ Party Camp

Asuinpaikka: Rmj Party Camp

Kyselyyn vastaajia saatiin kerättyä haaviin ympäri Suomea Lappia myöten, mikä oli tietenkin tutkimuksen kannalta erittäin hyvä juttu. Kyselyyn osallistui myös yksi ihminen, jonka asuinpaikkana toimi Saksan Esslingen, joten ainakin yksi vastaaja saatiin Suomen ulkopuolelta. Suurin 330:stä kyselyyn vastanneista ilmoitti asuinpaikakseen Pori 12,12%. Se ei ollut mikään yllätys, että vastaajista suurin osa oli porilaisia. Festivaalit pidettiin kuitenkin Porissa, joten enemmistö oli varmasti porilaisia. Eniten kyselyyn osallistujista tuli RMJ Party Campiin Porin lisäksi Suomen suurimmista kaupungeista (Taulukko 5).

Asuinpaikka	Lukumäärä	%
Pori	40	12,1
Helsinki	24	7,3
Tampere	24	7,3
Turku	23	6,9
Oulu	19	5,8
Vantaa	12	3,6
Espoo	12	3,6
Kouvola	9	2,7
Jyväskylä	9	2,7
Lahti	8	2,4
Vaasa	7	2,1
Mikkeli	7	2,1
Lappeenranta	6	1,8
Joensuu	6	1,8
Rauma	5	1,5
Hyvinkää	5	1,5
Ulvila	5	1,5
Lapua	5	1,5
Tuusula	4	1,2
Kerava	4	1,2
Kajaani	4	1,2

Kuopio	4	1,2
Askola	4	1,2
Mänttä	3	0,9
Seinäjoki	3	0,9
Somero	3	0,9
Forssa	3	0,9
Loimaa	3	0,9
Hämeenlinna	3	0,9
Nakkila	2	0,6
Loviisa	2	0,6
Kotka	2	0,6
Imatra	2	0,6
Kuhmo	2	0,6
Savonlinna	2	0,6
Ylöjärvi	2	0,6
Sipoo	2	0,6
Hamina	1	0,3
Harjavalta	1	0,3
Nurmijärvi	1	0,3
Liljendal	1	0,3
Kankaanpää	1	0,3
Järvenpää	1	0,3
Heinola	1	0,3
Outokumpu	1	0,3
Iisalmi	1	0,3
Kangasala	1	0,3
Riihimäki	1	0,3
Mäntyharju	1	0,3
Kannus	1	0,3
Esslingen, Saksa	1	0,3
Liperi	1	0,3
Uusikaupunki	1	0,3
Masku	1	0,3
Ivalo	1	0,3
Haukipudas	1	0,3
Turenki	1	0,3
Loviisa	1	0,3
Tammela	1	0,3
Orimattila	1	0,3
Pernaja	1	0,3
Venäjä	1	0,3
Yhteensä	330	100,0

Taulukko 5. Vastaajien asuinpaikat: RMJ Party Camp

Saapuminen RMJ Party Campiin

Kyselylomakkeissa oli kohta jossa kysyttiin; **Millä kulkuneuvolla tulit Poriin?** (*Hyppää yli jos asuinpaikka on Pori*). Tämä kysymys ei koskenut Porissa asuvia vaan tällä kysymyksellä haluttiin tietää nimenomaan millä mahdollisella kulkuneuvolla ulkopaikkakuntalaiset saapuvat Poriin. Käyttävätkö he julkisia, tulevatko omalla autolla vai kimpakyydillä. Tätä tietoa voidaan esimerkiksi käyttää pysähdys-

paikkojen markkinoimiseen festarikansalle. Jos suurin osa tulee autoilla Poriin, he varmasti myös pysähtyvät jossakin ja mahdollisesti tekevät ostoksensa pysähdyspaikalla. Festareiden aikana ihmisiä tulee tuhansittain Poriin ja paras/näkyvin pysähdyspaikka varmasti kerää isot voitot. Vastauksia saatiin yhteensä 283 kappaletta. Vastausvaihtoehtoina oli *bussilla, omalla autolla, kimppakyydillä, junalla ja muu millä*. Vastanneista ulkopaikkakuntalaisista suurin osa 38,8 % saapui RMJ Party Campiin kimppakyydillä. Omalla autolla ilmoitti saapuneensa 7,9 %, junalla 6,4%, bussilla 3,2% ja muu millä sai 7 vastausta eli määräksi muodostui 2,5%. Muu millä-kohtaan oli laitettu 3 matkailuautolla, 1 moottoripyörällä, 1 firman autolla, 1 lentokoneella ja 1 kävellen. Lentokone vaihtoehto on todennäköisesti heitetty vitsillä ja kävellen vaihtoehdon esittänyt on tullut luultavasti Porista.

Millaisella porukalla ollaan RMJ Party Campissa liikkeellä

Kyselylomakkeissa oli kohta jossa kysyttiin **Millaisella porukalla olet liikkeellä?** Vastausvaihtoehtoina oli *tyttö/poikaporukka, sekalainen kaveriporukka, pariskunta, työporukka ja muu, millä*. Tällä tiedolla pyrittiin kartoittamaan selkeämmin kävijäprofiilia, harvoin kukaan kuitenkaan tulee yksin festareille. Vastauksia saatiin 338 kappaletta ja yleisemmin RMJ Party Campiin mennään sekalaisessa kaveriporukassa 52,9% tai tyttö/poikaporukassa 39,9%. Muut ryhmät jäivät huomattavasti pienemmiksi. Tämä oli odotettu tutkimustulos, sillä RMJ Party Campin kaltaiseen tapahtumaan lähdetään yleisesti viettämään aikaa juuri ystävien kanssa. Suurin osa RMJ Party Campin kävijöistä on parikymppisiä sinkkuja joten pariskuntia on selvästi harvemmin. Festareilla ollaan tosi harvasti työporukalla. Muu, millä-kohta sai 3 vastausta, joista kaksi kertoi tulleensa yksin ja yksi henkilö kertoi tulleensa ventovieraiden kanssa (Taulukko 6).

Millaisella porukalla olet liikkeellä?		
	Lukumäärä	%
Sekalainen kaveriporukka	179	52,9
Tyttö/poikaporukka	135	39,9
Pariskunta	18	5,3
Muu, millä	3	0,9
Työporukka	2	0,6
Yhteensä	338	100,0

Taulukko 6. Millaisella porukalla ollaan RMJ Party Campissa liikkeellä

Yöpyminen RMJ Party Campissa

Kyselylomakkeessa oli kysymyskohta: **Missä aiot yöpyä?** ja vastausvaihtoehtoisiksi olin antanut *leirintäalueella, tutun luona, hotellissa, kotona ja muu, missä?* Vastaajista jopa 75,38 % ilmoitti yöpyvänsä leirintäalueella. 12,15 % yöpyi kotona, 9,72% tutun luona ja vain 1,21% vastaajista vietti yönsä hotellissa (Taulukko 7). Muu, missä-vaihtoehtoon kirjotti 5 ihmistä, eli 1,51%. Kolme ihmistä ilmoitti nukkuvansa autossa, yksi ihminen vaunussa ja yksi ihminen mökissä. Syy siihen miksi suurin osa vastaajista ilmoitti viettävänsä yönsä/yöt leirintäalueella, oli se että, RMJ Party Campin kohdalla kyselyt tehtiin pääsääntöisesti leirintäalueella. Leirintäalue oli paras paikka tehdä kyselyjä, häiritsemättä festariväkeä.

Missä aiot yöpyä?		
	Lukumäärä	%
Leirintäalueella	248	75,4
Kotona	40	12,2
Tutun luona	32	9,7
Muu, missä	5	1,5
Hotellissa	4	1,2
Yhteensä	329	100,0

Taulukko 7. Yöpyminen RMJ Party Campissa

Montako päivää viettää RMJ Party Campissa

Esimerkiksi tässä kysymyskohdassa kyselylomakkeet eivät voineet olla täysin identtiset kaikkien kolmen festivaalien kohdalla. Kaikki festarit kestivät oman aikansa. RMJ Party Camp kesti kolme päivää, perjantaista sunnuntaihin. Pori Jazzit kesti kaiken kaikkiaan 8 päivää ja Sonisphere kesti yhden päivän, joten Sonispheren kyselylomakkeessa tätä kysymystä ei ollut ollenkaan. Kyselylomakkeeseen olin laittanut kysymykseksi **Kauanko aiot viiptyä festareilla?** ja vastausvaihtoehdoiksi annoin, *3 päivää, 2 päivää ja 1 päivää*. Kun ihmiset lähtevät RMJ Party Campiin niin he aikovat myös viettää siellä täyden ajan, huimat 92,51% vastaajista ilmoitti

viettävänsä festareilla täydet kolme päivää. 5,68% viettää kaksi päivää ja 1,79% vastaajista yhden päivän (Taulukko 8).

Kauanko aiot viipyä festareilla?		
	Lukumäärä	%
3 Päivää	309	92,5
2 Päivää	19	5,7
1 Päivää	6	1,8
Yhteensä	334	100,0

Taulukko 8. Kuinka monena päivänä tapahtumaan osallistuttiin

Rahankäyttö RMJ Party Campissa

Yhtenä tärkeimpänä kysymyksenä ja myös hankalimpana vastata täysin totuuden mukaisesti oli kysymys **Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festareihin lukuunottamatta pääsylippua?** Vastaukset olivat arvioita, lopullisen summan kävijä pystyisi vaan antamaan festivaalien loputtua, mutta sellaista menetelmää oli tässä tutkimuksessa vaikea toteuttaa. Kysymykset olisi pitänyt lähettää ihmisille kotiin tai käydä kyselemässä sunnuntaina kotiin lähteviltä krapulaisilta ihmisiltä. Parhaaksi vaihtoehdoksi tuli kysyä rahankäyttöä festareiden aikana ja painottaa sitä kuinka paljon he arvioltaan käyttävisivät rahaa festareihin. Vaihtoehdot olivat 20€, 40€, 60€, 80 €, 100€, 120€, 150€, 200€, 250€, 300€, 350€, 400€, 450€, yli 500€ ja muu, summa? Suurin osa ihmisistä 47 kappaletta, eli 14,59% vastaajista olivat ruksanneet vastauskohdan 100€ (Taulukko 9). Tässä kohdassa tuli ongelmia, johtuen huonosta kysymyssuunnittelusta ja se pitikin muokata selvemmin Pori Jazzin ja Sonispheren kyselylomakkeisiin. Tämä kohta jäikin huomioimatta lopullista raporttia tehdessä tutkimuksen tilaajalle, mutta siitä enemmän kohdassa *Kävijöiden rahankäyttö*.

Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festareihin lukuunottamatta pääsylippua?		
	Lukumäärä	%
500€	12	3,7
450€	3	0,9
400€	16	5,0
350€	17	5,3

300€	18	5,6
250€	21	6,5
200€	46	14,3
150€	31	9,6
100€	47	14,6
80€	30	9,3
60€	17	5,3
40€	19	5,9
20€	9	2,8
Muu, summa	7	2,2
Yhteensä	322	100,0

Taulukko 9. Paljonko rahaa festareilla käytettiin

Osallistumiskerta RMJ Party Campiin

Kyselylomakkeeseen olin tehnyt kysymyksen jossa kysyttiin, **Oletko ensimmäistä vai toista kertaa RMJ Party Campissa Porissa?** Kysymyksellä haettiin nimenomaan vastausta ollaanko festareilla ekaa vai toista kertaa Porissa. RMJ-juhannusfestivaalit ollaan järjestetty jo 10 kertaa, mutta nimellä RMJ Party Camp vuosi 2009 oli toinen kerta kun se järjestettiin ja nimenomaan Porissa. Ennen Poria RMJ-juhannusfestivaalit oltiin järjestetty Raumalla vuodesta 1999 ja vuonna 2008 se siirtyi uuden omistajan vaihdettua Poriin. Yli puolet vastaajista, tarkalleen 57% oli RMJ Party Camp-festivaaleilla Porissa ensimmäistä kertaa (Taulukko 10).

Oletko ensimmäistä vai toista kertaa RMJ Party Campissa Porissa?		
	Lukumäärä	%
1 kertaa	187	57,0
2 kertaa	141	43,0
Yhteensä	328	100,0

Taulukko 10. Osallistumiskerta RMJ Party Campiin

Kävijöiden rahankäyttö

Seuraavana kysymyksenä lomakkeessa oli, **Paljonko arvioit käyttäväsi rahaa festarimatkan aikana ja Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan?** Iso osa kyselyyn osallistujista sanoikin tässä kohtaa, että “Minähän vastasin tähän

kysymykseen jo”, viitaten kysymyskohtaan **Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festareihin lukuunottamatta pääsylippua?** Tässä kohtaa tulikin vastaan isoja ongelmia, niin lopullisia tuloksia laskiessa, että siihen oliko vastaajat ymmärtänyt kysymyksen oikein. Tässä kohtaa kysymyksessä haettiin nimenomaan vastausta siihen kuinka paljon he käyttävät rahaa festarimatkan aikana, ei festareilla. Eli kuinka paljon menee rahaa pysähdyspaikoille. Tämä oli kohdallani huonosti suunniteltu kysymys ja se johdatti vastaajia harhaan, Pori Jazzien ja Sonispheren kohdalla tein kysymyksestä selvemmän. Vastaajien piti eritellä käyttämänsä rahamäärän jakautuminen festarialueella ja muualla. Menoluokiksi anonoin seuraavat:

Rahankäyttö festarialueella:

1. Juomiin
2. Ruokailuihin
3. Muihin palveluihin

Rahankäyttö muualla:

1. Majoitukseen
2. Baariin
3. Ruokailuihin
4. Bensaan
5. Kauppaan/kioskille

Ongelmia tuli paljon vastaan, syynä siihen, että kysymys oli liian paljon aikaa vievä ja samalla hyvin mielenkiinnoton vastaajaa kohtaan. Iso osa ei jaksanut eritellä rahasummia sen kummemmin, osa heitti jotakin sinnepäin sen koommin miettimättä ja osa jätti kokonaan vastaamatta. Loppujen lopuksi myös tuloksia saatiin joita voitiin käyttää laskiessa lopullisia rahankäytön kohteita. Yksittäisen kävijän käyttämä rahamäärän keskiarvo selvitettiin jakamalla kävijöiden yhteenlaskettu kulu- tus vastauksien kokonaismäärällä, Kokonaissumma 58591,6 € : 272 (*vastauksilla*) = 215,41€ (91,2 % vastaajista, N=298). Vastaukseksi saatiin, että keskiarvoltaan kävijä käyttää 215,40€ rahaa *festareiden aikana*. Alla oleva prosenttimäärä merkitsee sitä, kuinka monta prosenttia kaikista vastaajista (N=298) antoi vastauksen tähän kysymyskohtaan. Muilla palveluilla tarkoitettiin festarialueilla järjestettäviin peleihin

ja muihin kojuihin menevää rahaa (Taulukko 11). Festarialueen ulkopuolella käytetty rahamäärä on käsitelty seuraavassa taulukossa (Taulukko 12).

Juomaan	Ruokaan	Muihin palveluihin
24787 € (vastattu 240/N=298)	8891 € (224/298)	3522 € (94/298)
Keskiarvo per kävijä 103,30€ (80,5% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä 39,70€ (75% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä 37,45€ (31,5% vastaajista)

Taulukko 11. Festarialueella käytetty rahamäärä

Festarialueella summa jakautui seuraavasti: **Festarialueella, N=298:**

- Festarikävijä käyttää keskiarvoisesti rahaa juomiin 103 € (80,5 % vastaajista)
- Ruokaan 39,7 € (75% vastaajista)
- Muihin palveluihin 37,5 € (31,5 % vastaajista)

Majoitukseen	Baariin	Ruokaan	Bensaan	Kauppaan/kioskille
1 153 € (31/298)	3360 € (55/298)	2626 € (78/298)	3998,7 € (108/298)	3070 € (82/298)
Keskiarvo per kävijä 37,20€ (10,5% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä 61,10€ (18,5% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä 33,70€ (26% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä 37€ (40% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä 37,45€ (27,5% vastaajista)

Taulukko 12. Festarialueen ulkopuolella käytetty rahamäärä

Festarialueen ulkopuolella summa jakautui seuraavasti: **Festarialueen ulkopuolella, N=298.** Laskukaava, yhteissumma 14207,70€ : 160(vastannutta)= 88,79€ (53,7 % vastaajista).

- Bensa 37 € (40% vastaajista)
- Baariin 61,10 € (18,5% vastaajista)
- Kauppaan/kioskille 37,45€ (27,5% vastaajista)
- Ruokaan 33,70€ (26% vastaajista)
- Majoitukseen 37,20 € (10,5% vastaajista)

Aiotaanko käydä muuallakin kuin vain festarialueella

Kävijäprofiilia kartoitaessa haluttiin myös tietää ainakin matkailun kannalta, että aikooko festivaalikävijä käydä RMJ Party Campin vierailun ohella myös jossakin muualla Porissa. Tähän haluttiin vastaus esittämällä kysymys **Oletko ajatellut käydä Porissa muuallakin kuin festarialueella?** Vaihtoehtoisiksi annoin:

1. En ole
2. Keskustassa
3. Ytyerissä
4. Muualla Porin seudulla, missä?

Tähän kysymykseen saatiin vastauksia yhteensä 350, enemmän kuin palautettuja kyselylomakkeita oli. Syy siihen oli, että tähän kysymykseen voitiin ruksia enemmän kuin yksi vaihtoehto. Isoin osa, 44% oli kuitenkin sitä mieltä, ettei aio käydä muualla Porissa kuin festivaalialueella (Taulukko 13). Muualla, missä-vaihtoehto sai vastaukseksi Viasveden kaksi kertaa ja Niittymaan kerran, sekä yksi vastaajista oli menossa käymään elokuva Vares 2:sen kuvauspaikoilla. Loput muualla, missä paikat eivät olleet olennaisia tutkimuksen kannalta, esimerkkivastauksia oli: Tädin luonna, ABC:ellä, kaverin vanhempien luona ym...

Oletko ajatellut käydä Porissa muuallakin kuin festarialueella?		
	Lukumäärä	%
En ole	154	44,0
Keskustassa	147	42,0
Ytyerissä	37	10,6
Muualla, missä	12	3,4
Yhteensä	350	100,0

Taulukko 13. Aiotaanko käydä muuallakin kuin vain festarialueella

Syyt RMJ Party Campiin osallistumiselle

RMJ Party Campiin tulijoilta haluttiin tietää myös syy miksi he tulivat festareille, joten kysymyslomakkeeseen tehtiin kohta jossa kysyttiin, että **Mikä sai tulemaan**

RMJ Party Campiin? Tästä kysymyksestä saadut tiedot tulee kiinnostamaan ainakin festareiden järjestäjiä ja sen yhteistyökumppaneita. Vastausvaihtoehdot olivat:

1. Sijainti
2. Festarin maine
3. Bändivalikoima
4. Aikaisempi kokemus
5. Muu, mikä

Vastauksia tähän kysymykseen tuli yhteensä 406, joten vastaajat ovat valinneet useita vaihtoehtoja. Vastausvaihtoehdon *Muu mikä* valitsi 81 vastaajaa (Taulukko 14). Tarkasteltaessa sanallisia kommentteja suurimmaksi muuksi syyksi nousevat ilmaiset liput sekä ystävät. Suurimmaksi syyksi festareihin osallistumiseen oli kuitenkin RMJ Party Campin maine, 27,4% vastaajista valitsivat tämän vaihtoehdon. Suurimmat syyt festareihin osallistumiseen olivat festarin maine ja jo aikaisempi kokemus edellisestä/edellisistä RMJ-festivaaleista.

Mikä sai tulemaan RMJ Party Campiin?		
	Lukumäärä	%
Festarin maine	111	27,4
Aikaisempi kokemus	92	22,7
Muu, mikä	81	20,0
Bändivalikoima	63	15,5
Sijainti	59	14,5
Yhteensä	406	100,0

Taulukko 14. Syyt RMJ Party Campiin osallistumiselle

Tieto festareista

Kysymyslomakkeisiin haluttiin myös saada kysymys, joka ainakin kiinnostaisi festareiden markkinoijia. Tähän saatiin tietoa esittämällä kysymys **Mistä sait tietoa festarista?** Vastausvaihtoehdoiksi annoin:

1. Netistä
2. Lehdestä

3. Radiosta
4. Kaverilta
5. Tv-mainoksesta
6. Muualta, mistä

Myös tähän kysymykseen oltiin annettu enemmän kuin yksi vastaus, sillä vastausmäärä oli 525. Informaatioteknologian mennessä eteenpäin on netti kiilannut ohi perinteiset mediat kuten television ja lehdet. 37% vastaajista saa tietonsa festareista netistä ja toiseksi eniten toimii puskaradio eli kaverit 34% (Taulukko 15). Muualta, mistä-vastausvaihtoehto sai 20 vastausta ja eniten oltiin sanallisesti vastattu ”itseltä”, eli jo olemassa oleva tieto festareista.

Mistä sait tietoa festarista?		
	Lukumäärä	%
Netistä	194	37,0
Kavereilta	178	33,9
Radiosta	52	9,9
Lehdestä	50	9,5
Tv-mainoksesta	31	5,9
Muualta, mistä	20	3,8
Yhteensä	525	100,0

Taulukko 15. Tieto festareista

Mistä liput festareille

Viimeisenä varsinaisena kysymyksenä kyselylomakkeessa oli **Mistä ostit/sait festariliput?** Tämäkin kysymys kiinnostaa enimmäkseen festareiden järjestäjien parissa.

Vastausvaihtoehdot olivat:

1. Netistä
2. Lippukaupasta
3. Portilta
4. Työpaikalta
5. Muualta, mistä

Perinteinen lippukaupasta ostettu festivaalilippu sai 46%, eli eniten vastauksia (Taulukko 16). Muualta, mistä kohta sai 22% vastauksista ja eniten sanallisia vastauksia oltiin laitettu, että liput saatiin ystävältä. 10 vastaajaa oli voittanut festivaaliliput erilaisista arvunnoista.

Mistä ostit/sait festariliput?		
	Lukumäärä	%
Lippukaupasta	151	46,2
Netistä	84	25,7
Muualta, mistä	72	22,0
Portilta	12	3,7
Työpaikalta	8	2,4
Yhteensä	327	100,0

Taulukko 16. Mistä liput festareille

Kokemuksia ja mielikuvia

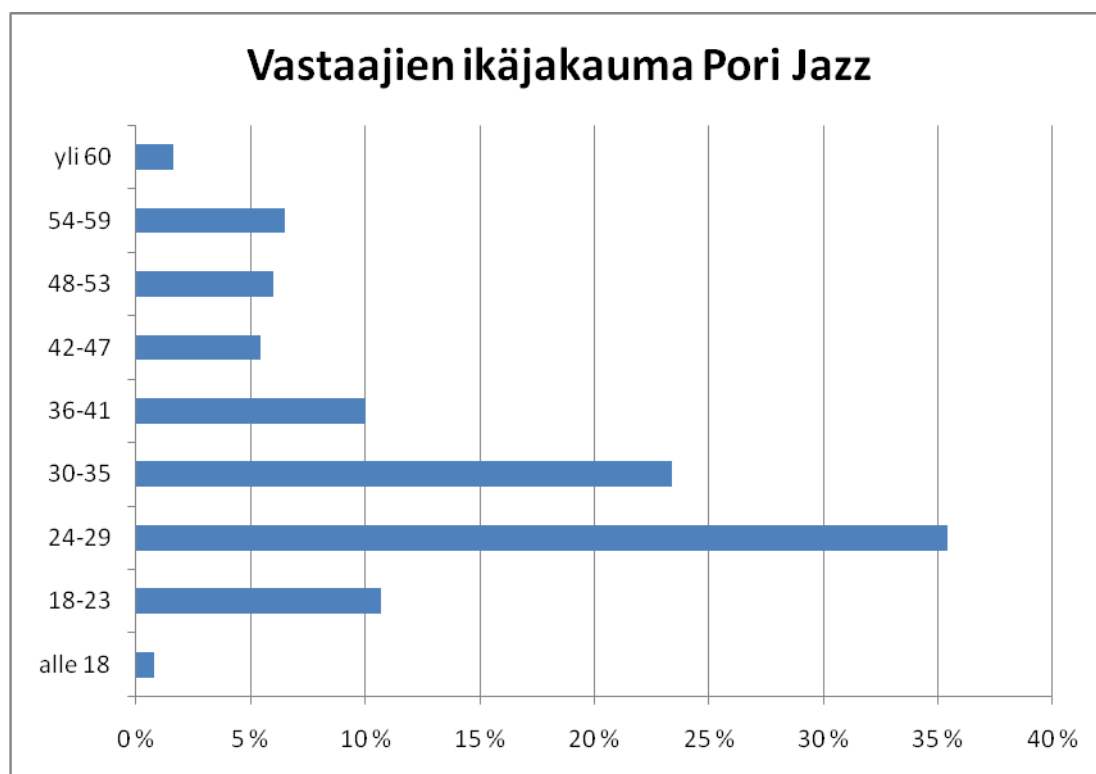
Kysymyslomakkeen viimeiseen kohtaan oli vastaajalla mahdollisuus kertoa **Kokemuksia ja/tai mielikuvia Porista**. 30 ihmistä oli laittanut jonkinlaista kommenttia, osa oli ala-arvoisia ja osa oli julkaisu kelpoisia. Tässä muutamia vastaajien kommentteja:

- ”Hieno kaupunki ja rentoja ihmisiä”
- ”Hemmetin hyvä fiilis ja porukka on hyvää”
- ”Paras festari”
- ”Näyttää hyvältä ja kuulostaa hyvältä, mainettaan positiivisempi”
- ”Tosi siisti paikka ja mahtava meininki, positiivista porukkaa”
- ”Hieno alue järjestää festareita”
- ”Ihan mahti meininki, ollu kivaa ja kivasti ostettavaa. Vessat ihan ok, käsidesi plussaa”
- ”Hyvä opiskelijakaupunki”
- ”Ihan kiva kaupunki, helppo liikkua”

6.2 Pori Jazz

Sukupuoli ja ikä: Pori Jazz

Pori Jazzien kohdalla kyselyyn vastanneista miehiä oli 53% ja naisia 47%. Ikähaarukka oli Pori Jazzien kohdalla paljon monipuolisempi kuin RMJ Party Campin kohdalla. RMJ Party Camp on pääsääntöisesti parikymppisten festivaalit, kun sitten taas Pori Jazzeista on muodostunut vähän kaiken ikäisten ihmisten juhlat. Suurin osa Pori Jazzeissa vastanneista (35%) oli 24-29 vuotiaita, tarkalleen ottaen 130/367 vastanneista (Kuvio 2). Toiseksi eniten kuului ikäluokkaan 30-35 vuotiaat (23,4%), kolmanneksi eniten ikäluokkaan 18-23 vuotiaat (10,7%), neljänneksi eniten 36-41 vuotiaat (10%), seuraavana 54-59 vuotiaat (6,5%), sitä seuraavana 48-53 vuotiaat (6%) ja sitä seuraavana 42-47 vuotiaat (5,45%). Toisteksi vähiten haaviin saatiin yli 60-vuotiaita (1,63%) ja vähiten alle 18-vuotiaita (0,8%). Pori Jazzit olivat ikärajan, joten alle 18-vuotiailtakin oli mahdollisuus saada vastauksia.



Kuvio 2. Vastaajien ikäjakauma Pori Jazz

Siviilisäätö: Pori Jazz

Pori Jazzin kävijät on siviilisäädyltään hieman erilaisempia kuin RMJ Party Campin kävijät. Varttuneempaa ja elämäntilanteeltaan vakiintuneempaa väkeä. Pori Jazzien kohdalla oli positiivinen yllätys, kaikki 369 vastaajaa olivat vastanneet siviilisäätö kohtaan, eikä yhtään tyhjäksi jätettyä kohtaa löytynyt. Suuria eroja ei Pori Jazzien kävijöiden siviilisäädöissä ollut ja Pori Jazzien suurimman kävijäryhmän (Taulukko 17) muodostivat avioliitossa elävät 29,8%. Seuraavana vuorossa oli avioliitossa elävät 25,5%. Sinkkuja vastanneista oli 23,8% ja suhteessa eläviä 20,6%. Yksi ihminen oli vastannut Muu, mikä-vaihtoehtoon siviilisäädöykseen leski.

Siviilisäätö		
	Lukumäärä	%
Avoliitossa	110	29,8
Avioliitossa	94	25,5
Sinkkuja	88	23,8
Suhteessa	76	20,6
Muu, mikä: Leski	1	0,3
Yhteensä	369	100,0

Taulukko 17. Siviilisäätö: Pori Jazz

Asuinpaikka: Pori Jazz

Pori Jazzeilta saatiin 361 käyttökelpoista vastausta asuinpaikka kysymykseen. Yllätyksenä ei myöskään tullut se, että suurin osa 36,3%, tarkalleen 124/361:stä vastaajista ilmoitti asuinpaikakseen Porin. Seuraavina tulivat Helsinki 13,3%, Tampere 6,4%, Turku 6,4% ja isona yllättäjänä pieni Varsinaissuomalainen kaupunki nimeltään Loimaa 3,3%. Asuinpaikan muodostuminen on täysin sattumaa, mutta kun isoja ryhmiä haastatellaan kerralla, on suuri mahdollisuus, että suurin osa tai koko ryhmä on lähtenyt reissuun samalta paikkakunnalta. Näin ollen pienikin kaupunki voi saada isot lukemat (Taulukko 18).

Asuinpaikka	Lukumäärä	%
Pori	124	36,3
Helsinki	48	13,3
Tampere	23	6,4

Turku	23	6,4
Loimaa	12	3,3
Jyväskylä	10	2,8
Espoo	10	2,8
Vantaa	8	2,2
Harjavalta	8	2,2
Ulvia	6	1,6
Kaarina	6	1,6
Kouvola	6	1,6
Rauma	6	1,6
Porvoo	4	1,1
Ilmajoki	4	1,1
Kauhava	4	1,1
Salo	4	1,1
Raisio	4	1,1
Järvenpää	3	0,8
Lahti	3	0,8
Siilinjärvi	2	0,8
Lempäälä	2	0,8
Ylivieska	2	0,8
Oulu	2	0,8
Noormarkku	2	0,8
Reso	2	0,8
Nakkila	2	0,8
Kauniainen	2	0,8
Salla	2	0,8
Valkeakoski	2	0,8
Vaasa	2	0,8
Pyhätunturi	2	0,8
Ristiina	2	0,8
Kiukainen	2	0,8
Huittinen	2	0,8
Paimio	2	0,8
Vihti	2	0,8
Kyrö	2	0,8
Hanko	2	0,8
Huittinen	2	0,8
Hämeenlinna	2	0,8
Tuusula	1	0,3
Ylöjärvi	1	0,3
Joensuu	1	0,3
Yhteensä	361	100,0

Taulukko 18. Vastaajien asuinpaikat: Pori Jazz

Saapuminen Pori Jazzeille

Kyselylomakkeissa oli kohta jossa kysyttiin; **Millä kulkuneuvolla tulit Poriin?** (*Hyppää yli jos asuinpaikka on Pori*). Tämä kysymys ei koskenut Porissa asuvia vaan tällä kysymyksellä haluttiin tietää millä mahdollisella kulkuneuvolla ulkopaikkakuntalaiset saapuvat Porin Jazzeille. Käyttävätkö he julkisia, tulevatko omalla autolla, kimppakyydillä tai jollain muulla kulkuneuvolla. Vastauksia saatiin yhteensä

232 kappaletta. Vastausvaihtoehtoina oli samat kuin RMJ Party Campin kyselylomakkeessa:

- Bussilla
- Omalla autolla
- Kimppakyydillä
- Junalla
- Muu millä

Vastanneista ulkopaikkakuntalaisista suurin osa 55,6 % saapui Jazzeille omalla autolla. Kimppakyydillä ilmoitti saapuneensa 27,6 %, junalla 9,5%, bussilla 4,7% ja muu millä-vaihtoehto sai 6 vastausta eli määräksi muodostui 2,6%. Muu millä-vaihtoehtoon oltiin laitettu 4 matkailuautolla ja 2 taksilla.

Millaisella porukalla ollaan Pori Jazzeilla liikkeellä

Kyselylomakkeissa oli kohta jossa kysyttiin **Millaisella porukalla olet liikkeellä?**

Vastausvaihtoehtoina oli:

- Tyttö/poikaporukka
- Perhe
- Sekalainen kaveriporukka
- Pariskunta
- Työporukka
- Muu, millä

Tällä tiedolla pyrittiin kartoittamaan selkeämmin kävijäprofiilia, harvoin kukaan kuitenkaan tulee yksin festareille. Eroa RMJ Party Camp kyselylomakkeeseen oli se, että vastausvaihtoehdoksi annettiin Pori Jazzien luonteen takia myös kohta perhe. Vastauksia saatiin 389 kappaletta, eli vastauksia oltiin annettu enemmän kuin yksi vaihtoehto. Yleisemmin Pori Jazzeille tullaan sekalaisessa kaveriporukassa 56% tai tyttö/poikaporukassa 16,5%. Muu, millä-kohta sai 5 vastausta, joista yksi kertoi tulleensa yksin ja neljä henkilöä kertoi tulleensa sukulaistensa kanssa (Taulukko 19).

Millaisella porukalla olet liikkeellä?		
	Lukumäärä	%
Sekalainen kaveriporukka	218	56,0
Tyttö/poikaporukka	64	16,5
Perhe	49	12,6
Pariskunta	39	10,0
Työporukka	14	3,6
Muu, millä	5	1,3
Yhteensä	389	100,0

Taulukko 19. Millaisella porukalla ollaan Pori Jazzeissa liikkeellä.

Yöpyminen Pori Jazzeissa

Kyselylomakkeessa oli kysymyskohta: **Missä aiot yöpyä?** ja vastausvaihtoehtoiksi olin antanut:

- Leirintäalueella
- Tutun luona
- Hotellissa
- Yksityisasunnossa
- Kotona
- Muualla, missä?

Erona RMJ Party Campin lomakkeeseen tässä kysymyksessä oli se, että olin antanut vastausvaihtoehdoksi lisänä kohdan yksityisasunto. Pori Jazzien aikana Porilaisilla on osalla tapana antaa oma asuntonsa vuokratyöskäyttöön Jazzien aikana. Yksityisasunnossa ilmoittikin yönsä viettävän 46 vastaajaa, eli 12,3%. Eniten kuitenkin vastaajista 37,8%, ilmoitti viettävänsä yönsä kotona. Tutun luona 29,5%, leirintäalueella 11,5%, hotellissa 5,6% ja muualla, missä 3,2% (Taulukko 20). Muu, missä-vaihtoehtoon vastasi 12 ihmistä, kymmenen vastaajaa sanoi nukkuvansa autossa ja kaksi teltassa. Kyselyjä tehtiin ympäri Poria Jazzien aikana, siksi vastauksien hajannaisuus on hyvinkin erilainen kuin esimerkiksi RMJ Party Campissa, missä ylivoimaisin prosenttimäärä oli kohdassa leirintäalueella.

Missä aiot yöpyä?		
	Lukumäärä	%
Kotona	141	37,8
Tutun luona	110	27,5
Yksityisasunnossa	46	12,3
Leirintäalueella	43	11,5
Hotellissa	21	5,6
Mualla, missä	12	3,2
Yhteensä	373	100,0

Taulukko 20. Yöpyminen Pori Jazzissa

Montako päivää viettää Pori Jazzeilla

Pori Jazzit kestää kaiken kaikkiaan 8 päivää ja kyselylomakkeeseen olin laittanut kysymykseksi **Kuinka monta päivää aiot viipyä Pori Jazzeilla?** Vastausvaihtoehdon olin jättänyt avoimeksi siksi, että se vei kysymyslomakkeesta vähemmän tilaa ja jokainen vastaaja oletettavasti tiesi kuinka monta päivää hän aikoo Jazzeilla viettää. Suurin osa vastaajista 28,6% aikoo viettää Jazzeilla kaksi päivää, luultavasti viikonlopun yli, sillä silloin Jazzeilla soittaa pääesiintyjät (Taulukko 21). Sonispheren kyselylomakkeessa tätä kohtaa ei ollut, koska festivaalit olivat 1-päiväiset.

Kuinka monta päivää aiot viipyä Pori Jazzeilla?		
	Lukumäärä	%
2 Päivää	104	28,6
3 Päivää	99	27,3
4 Päivää	53	14,6
1 Päivää	53	14,6
5 Päivää	21	5,8
7 Päivää	19	5,2
6 Päivää	14	3,9
Yhteensä	363	100,0

Taulukko 21. Kuinka monena päivänä tapahtumaan osallistuttiin

Osallistumiskerta Pori Jazzeille

Kyselylomakkeeseen olin tehnyt kysymyksen jossa kysyttiin, **Kuinka mones kerta Pori Jazzeilla?** Tämän kohdan jätin myöskin avoimeksi tilan käytön takia, sillä Pori Jazzit on järjestetty jo vuodesta 1966 ja vuosi 2009 oli 43. kerta kun Jazzit järjestettiin. Kysymyksellä saatiin mielenkiintoisia vastauksia, esimerkiksi siitä löytykö festivaaleilta konkari joka olisi ollut Jazzeilla kaikki nämä 43. kertaa. Keskiarvoksi saatiin kun kaikki ilmoitetut määrät laskettiin yhteen (3962) ja jaettiin vastaajien määrällä (359), saatiin keskiarvoksi 11. Eli keskivertokävijä on käynyt Jazzeilla 11 kertaa. Eniten Pori Jazzeilla käynyt kyselyyn vastaaja oli käynyt 41 kertaa. Tätä kysymystä ei myöskään ollut Sonispheren kyselylomakkeessa, koska festarit järjestettiin ensimmäistä kertaa Suomessa.

Rahankäyttö Konserttialueella

RMJ Party Campin kyselystä oltiin otettu opiksi ja Pori Jazzien kohtaalla kyselylomakkeen rahankäyttö kohtaa selvennettiin mitä sillä haettiin. Rahankäyttö kohdassa oli kolme eri kohtaa ja ensimmäisessä kohdassa kysyttiin **Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa Konserttialueella?** Tähän kohtaan vastaajaa pyydettiin arvioimaan kuinka paljon hän käyttää rahaa konserttialueella. Konserttialueella tarkoitettiin sitä aluetta johon pääsee pääsylipulla. Lopulliseksi keskiarvoksi saatiin 80,60 € jonka keskivertokävijä käyttää konserttialueella, alla oleva taulukko (Taulukko 22) näyttää miten rahasummat ovat jakautuneet. Tämän arvion jälkeen vastaajaa pyydettiin luokittelemaan arvioidunsa rahanmääränsä konserttialueella kysymyksellä **Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan Konserttialueella?** Vaihtoehtoisiksi annoin:

- Ravintolohin
- Muihin palveluihin (pelit, kisat, ym...)
- Muuhun

Konserttialueella, N=245: (Vastaajille annettiin mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto, kokonaismäärä ylittää 100% rajan.)

Kaikki yhteensä (vastatut/N)	Ravintoloihin	Muut palvelut (pelit, kisat ym...)	Muuhun
17896 € (222/245)	16343 € (234/245)	1081 € (56/245)	3282 € (108/245)
Keskiarvo per kävijä: 80,60€ (91% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 70€ (96% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 19,30€ (23% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 30,40€ (44% vastaajista)

Taulukko 22. Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa konserttialueella

Rahankäyttö Jazzalueen ulkopuolella.

Konserttialueen käytetyn rahamäärän lisäksi haluttiin tietää paljonko kävijä käyttää rahaa myös konsertti eli Jazzalueen ulkopuolella. Kysyttiin, että **Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa Jazzalueen ulkopuolella?** Tähän kohtaan jätettiin taas vastauskohta avoimeksi. Arvion jälkeen vastaajaa pyydettiin arvioimaan jakautuminen kysymyksellä: **Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan Jazzalueen ulkopuolella? (Jazzkatu on alueen ulkopuolella).** Varsinkin vieraspaikkakuntalaisille olin vielä laittanut kyselylomakkeeseen muistutuksen, että suosittu Jazzkatu ei kuulu Jazz eli konserttialueeseen koska sinne ei ole sisäänpääsymaksua. Rahankäyttö vaihtoehdoiksi annoin:

- Majoitukseen
- Ravintoloihin
- Polttoaineeseen
- Muuhun
- Kauppaan/kioskille
- Matkamuistot
- Kulttuuri/harrastukset

Vastaukseksi saatiin laskemalla, että keskiverto Jazzeilla kävijä käyttää rahaa keskimäärin 101,15 € festivaalialueen ulkopuolella. Alla oleva taulukko (Taulukko 23) näyttää miten summat jakautuvat.

Majoitukseen	5468€ (65/317)	Keskiarvo per kävijä 84,10€ (21% vastaajista)
Ravintoloihin	17744 € (159/317)	Keskiarvo per kävijä 111,60€ (50% vastaajista)
Kauppaan/Kioskille	5291 € (173/317)	Keskiarvo per kävijä 30,60 € (55% vastaajista)
Polttoaineeseen	2868 € (107/317)	Keskiarvo per kävijä 26,80€ (34% vastaajista)
Muuhun	1788 € (67/317)	Keskiarvo per kävijä 26,70€ (21% vastaajista)
Kulttuuri/ Harrastukset	645 € (21/317)	Keskiarvo per kävijä 30,70€ (6,6% vastaajista)
Matkamuistot	940 € (52/317)	Keskiarvo per kävijä 18,10€ (16% vastaajista)
Kaikki yhteensä (vastattu/N)	30948 € (Vastattu= 306/N= 317)	Keskiarvo per kävijä 101,15€ (97 % vastaajista)

Taulukko 23. Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festivaalialueen ulkopuolella

Rahankäyttö Jazzmatkan aikana

Viimeisenä rahankäyttö-kohtana haluttiin tietää paljonko Jazzeille tulija käyttää rahaa arviolta Jazzmatkansa aikana, eli kysyttiin **Paljonko arvioit käyttäväsi enintään rahaa Jazzmatkan aikana?** Jazzmatkalla tarkoitettiin siitä aikaa mikä käytettiin kun tultiin toisesta kaupungista Poriin ja mahdollisesti pysähdyttiin johonkin. Arvion jälkeen kysyttiin tarkempia arviointeja kysymyksellä: **Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan Jazzmatkan aikana?** Vaihtoehdoiksi annoin:

1. Pysähdyspaikoille
2. Muuhun
3. Ravintoloihin

Alla oleva taulukko (Taulukko 24) antaa vastaukset kuinka paljon rahaa käytettiin Jazzmatkan aikana ja mihin sitä meni ja kuinka paljon. Tähän vastasivat ne jotka

tulivat muualta kuin Porista. Jazzmatkan aikana keskiarvoisesti kävijä käyttää 183,60 Euroa.

Yhteensä (vastattu/N)	Pysähdyspaikoille	Muuhun	Ravintoloihin
41307 € (225/225)	1877 € (71/225)	8345 € (111/225)	19010 € (149/225)
Keskiarvo per kävijä 183,6€ (100% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä 26,45€ (31,5% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä 75,20€ (49% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä 127,60 € (66% vastaajista)

Taulukko 24. Paljonko arvioit käyttäväsi enintään rahaa festarimatkan aikana

Aiotaanko käydä muuallakin kuin vain Jazzalueella

Kävijäprofiilia kartoitaessa haluttiin myös tietää ainakin matkailun kannalta, että aikooko festivaalikäijä käydä Pori Jazzien vierailun ohella myös jossakin muualla Porissa. Tähän haluttiin vastaus esittämällä kysymys **Oletko ajatellut käydä Porissa muuallakin kuin Jazzalueella?** Vaihtoehtoisiksi annoin:

1. En ole
2. Keskustassa
3. Yyterissä
4. Muualla Porin seudulla, missä?

Tähän kysymykseen saatiin vastauksia yhteensä 475, eli enemmän kuin palautettuja kyselylomakkeita oli. Syy siihen oli, että tähän kysymykseen voitiin laittaa enemmän kuin yksi vaihtoehto. RMJ Party Campiin verratessa, ihmiset aikoivat viettää aikaansa muuallakin kuin vain pääsylipun vaatimalla alueella. Isoin osa 56%, aikoivat Jazzalueen lisäksi käydä Porin keskustassa (Taulukko 25). Muualla, missä-vaihtoehto sai 14 vastausta. Ulvilassa aikoi käydä 6 ihmistä, Reposaassa 2, Luvialla 2, Räpsössä 1 ja puistopiknikillä 1 henkilö. Yyteri oli myös suosittu vierailupaikka, 27,4% vastaajista aikoi käydä rannalla paistatelemassa päivää.

Oletko ajatellut käydä Porissa muuallakin kuin Jazzalueella?		
	Lukumäärä	%
Keskustassa	268	56,4
Yyterissä	130	27,4

En ole	63	13,3
Mualla, missä	14	2,9
Yhteensä	475	100,0

Taulukko 25. Aiotaanko käydä muuallakin kuin vain Jazzalueella

Syyt Pori Jazzeihin osallistumiselle

Pori Jazzeille tulijoilta haluttiin tietää myös syy miksi he tulivat festareille, joten kysymyslomakkeeseen tehtiin kohta jossa kysyttiin, että **Mikä sai tulemaan Pori Jazzeihin?** Tästä kysymyksestä saadut tiedot tulee kiinnostamaan ainakin festareiden järjestäjiä ja sen yhteistyökumppaneita. Vastausvaihtoehdot olivat:

1. Sijainti
2. Festarin maine
3. Bändivalikoima
4. Aikaisempi kokemus
5. Muu, mikä

Vastauksia tähän kysymykseen tuli yhteensä 622, joten vastaajat ovat valinneet useita vaihtoehtoja. Vastausvaihtoehdon *Muu, mikä* valitsi 42 vastaajaa (Taulukko 26). Tarkasteltaessa sanallisia kommentteja suurimmaksi muuksi syyksi nousevat ystävät. Pori Jazzit nähdään ennemmin sosiaalisena tapahtumana kuin festivaalina. Tämä tulos oli odotettavissa, sillä Pori Jazzeilla on hyvä maine kesätapahtumana, jossa vallitsee rento tunnelma ja johon lähdetään tapaamaan vanhoja kavereita. Suurimmaksi syyksi festareihin osallistumiseen oli kuitenkin Pori Jazzeilta tullut aikaisempi kokemus, 32% vastaajista valitsivat tämän vaihtoehdon. Seuraavaksi suurimmat syyt festareihin osallistumiseen olivat sijainti 25,9% ja festarin maine 22,3%.

Mikä sai tulemaan Pori Jazzeihin?		
	Lukumäärä	%
Aikaisempi kokemus	199	32,0
Sijainti	161	25,9
Festarin maine	139	22,3
Bändivalikoima	81	13,0

Muu, mikä	42	6,8
Yhteensä	622	100,0

Taulukko 26. Syyt Pori Jazzeille osallistumiselle

Tietoa Jazzeista

Kysymyslomakkeeseen haluttiin myös saada kysymys, joka ainakin kiinnostaisi festareiden markkinoijia. Tähän saatiin tietoa esittämällä kysymys **Mistä sait tietoa Pori Jazzeista?** Vastausvaihtoehdoiksi annoin:

1. Netistä
2. Lehdestä
3. Radiosta
4. Kaverilta
5. Tv-mainoksesta
6. Muualta, mistä

Myös tähän kysymykseen oltiin annettu enemmän kuin yksi vastaus, sillä vastausmäärä oli. Informaatioteknologian mennessä eteenpäin on netti kiilannut ohi perinteiset mediat kuten television ja lehdet. 36,6% vastaajista sai tietonsa Jazzeista netistä ja toiseksi eniten toimi lehdet 22,7% ja puskaradio eli kaverit 22,1% (Taulukko 27). Muualta, mistä-vastausvaihtoehto sai 20 vastausta ja eniten oltiin sanallisesti vastattu ”itseltä”, eli aikaisempi kokemus.

Mistä sait tietoa Pori Jazzeista?		
	Lukumäärä	%
Netistä	235	36,6
Lehdestä	146	22,7
Kavereilta	142	22,1
Radiosta	70	10,9
Tv-mainoksesta	29	4,5
Muualta, mistä	20	3,1
Yhteensä	642	100,0

Taulukko 27. Tietoa Jazzeista

Mistä liput festareille

Viimeisenä varsinaisena kysymyksenä kyselylomakkeessa oli **Mistä ostit/sait festariliput?** Tämän kysymys kiinnostaa enimmäkseen festareiden järjestäjien parissa.

Vastausvaihtoehdot olivat:

1. Netistä
2. Lippukaupasta
3. Portilta
4. Työpaikalta
5. Muualta, mistä?

Perinteisesti lippukaupasta ostettu festivaalilippu sai 31,8% vastauksista, eli eniten (Taulukko 28). Muualta, mistä-kohta sai 18,2% vastauksista ja eniten sanallisia vastauksia oltiin laitettu, että liput saatiin ystävältä. Näistä kolmesta festivaalista Pori Jazzeille työpaikat antoivat työntekijöilleen avokätisimmin ilmaisia lippuja.

Mistä ostit/sait Jazzliput?		
	Lukumäärä	%
Lippukaupasta	82	31,8
Netistä	61	23,6
Muualta, mistä	47	18,2
Työpaikalta	45	17,4
Portilta	23	8,9
Yhteensä	258	100,0

Taulukko 28. Mistä liput festareille

Kokemuksia ja mielikuvia

Kysymyslomakkeen viimeiseen kohtaan oli vastaajalla mahdollisuus kertoa **Kokemuksia ja/tai mielikuvia Porista tai Porin seudusta.** 21 ihmistä oli laittanut jonkinlaista kommenttia, kaikki kommentit olivat asiallisia. Tässä muutamia vastaajien kommentteja:

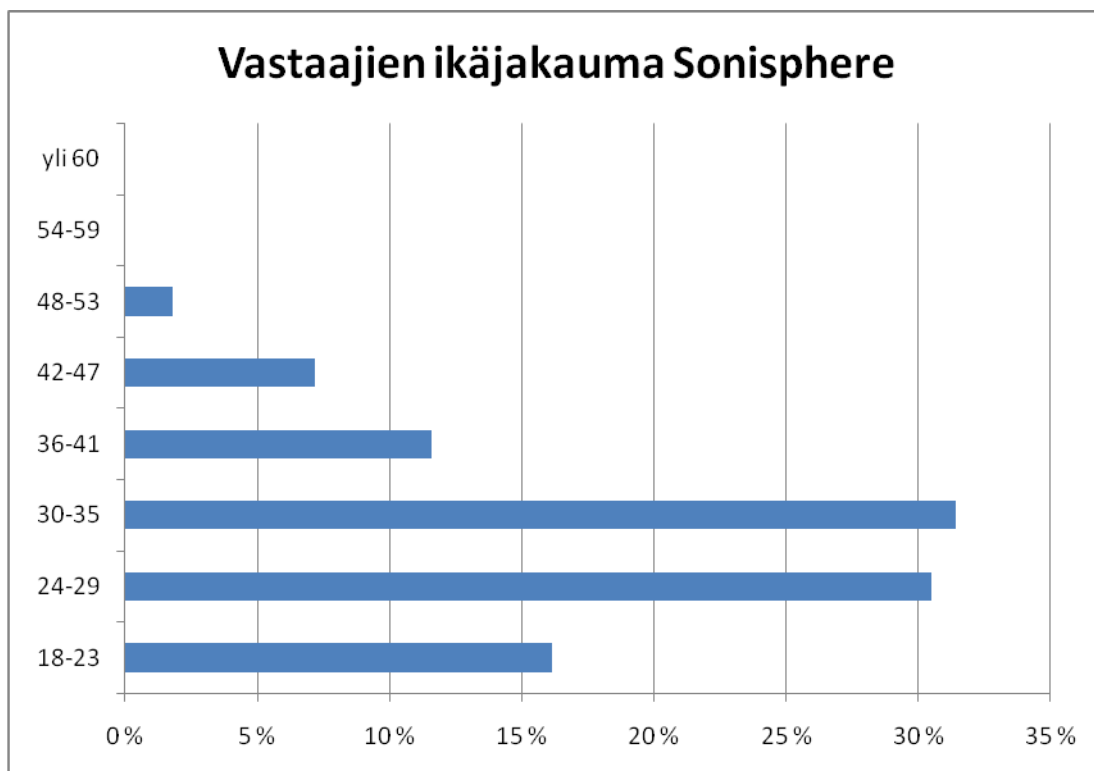
- ”Mukava kesäviikonlopun viettopaikka”
- ”Rauhallinen ja kasvava kaupunki”

- ” Kiva merinen kaupunki”
- ” Siisti kiva tapahtuma, Pori on mukava kaupunki myös talvella”
- ” Kivat juhlat, siistit paikat leirintäalueella, vanhempaa väkeä järjestys pysyy hyvin”
- ” Yksi vuoden parhaimmista tapahtumista, pinikit parasta antia”
- ” Mukava paikka kesäisin, suomen parhaat oluet, hienot rannat yyteri”
- ” Pori Jazzilta loisto veto tuo Kids festivaali”
- ” Järjestelyt jazzeilla hyvät, plussaa jazz-parkista areenan takana”

6.3 Sonisphere

Sukupuoli ja ikä: Sonisphere

Sonispheren kohdalla sukupuolijakauma oli 68% miehiä ja naisia 32 %. Odotettavissakin oli, että hevimusiikki vetää yleisöönsä enemmän miehiä puoleensa kuin naisia. Sonispheren festarikansa oli odotettavastikkin vanhempaa kuin esimerkiksi RMJ Party Campin. Tulosten mukaan Sonispherettä voi kutsua kolmekymppisten miesten festivaaliksi. Suurin osa vastaajista 31,4% oli iältään 30-35 vuotiaita (Kuvio 3), 70/223 kuului tähän ikäluokkaan. Toisteksi eniten vastaajista kuului ikäluokkaan 24-29 vuotiaat (30,5%), seuraavana tuli 18-23 vuotiaat (16,14%) ja sitä seuraavana 36-41 vuotiaat (11,6%). Toisteksi vähiten kuului ikäluokkaan 42-47 vuotiaat (7,17%) ja vähiten 48-53 vuotiaat (1,8%). Ikäluokka 54-59 vuotiaat ja yli 60 vuotiaat jäivät nollille.



KUVIO 3. Vastaajien ikäjakauma Sonisphere

Siviilisäätty: Sonisphere

Sonispheren kohdalla yllätyksen toi sellainen seikka, että isoimman siviilisäättyryhmän (Taulukko 29) muodostivat sinkut (29,9%), vaikkakin Sonisphere mielletään kolmekymppisten festivaaliksi. Suuria eroja seuraaviin ryhmiin ei ollut, avioliitossa eläviä vastanneista oli 25,8%, avioliitossa 23,4% ja suhteessa 21,2%. Muu, mikä-vaihtoehdossa ei ollut yhtäkään merkintää.

Siviilisäätty		
	Lukumäärä	%
Sinkkuja	65	29,9
Avioliitossa	56	25,8
Avoliitossa	50	23,4
Suhteessa	46	21,2
Muu, mikä:	0	0,0
Yhteensä	217	100,0

Taulukko 29. Siviilisäätty

Asuinpaikka: Sonisphere

Sonisphere ei ollut yhtään sen yllätyksellisempi kuin RMJ Party Camp tai Pori Jazz suurimmalta asuinpaikka lukumäärältään. Suurin osa Sonispheren vastaajista oli odotettavasti myös laittanut asuinpaikakseen Porin 31,1%, tarkalleen 67/215:sta (Taulukko 30). Toiseksi eniten oli Turkulaisia 5,6% ja seuraavaksi eniten Helsinkiläisiä 4,6%.

Asuinpaikka	Lukumäärä	%
Pori	67	31,1
Turku	12	5,6
Helsinki	10	4,6
Tampere	8	3,7
Ikaalinen	8	3,7
Ulvila	8	3,7
Raisio	8	3,7
Rauma	7	3,2
Hämeenlinna	5	2,3
Loimaa	4	1,9
Kuopio	4	1,9
Valkeakoski	4	1,9
Nakkila	4	1,9
Kemi	4	1,9
Vantaa	4	1,9
Lahti	4	1,9
Vaasa	4	1,9
Hyvinkää	3	1,4
Riihimäki	3	1,4
Kyrö	3	1,4
Jyväskylä	3	1,4
Kalajoki	2	0,9
Laitila	2	0,9
Mikkeli	2	0,9
Muonio	2	0,9
Kerava	2	0,9
Imatra	2	0,9
Järvenpää	2	0,9
Alajärvi	2	0,9
Forssa	2	0,9
Haapajärvi	2	0,9
Nokia	2	0,9
Iisalmi	2	0,9
Naantali	2	0,9
Sotkamo	2	0,9
Rovaniemi	2	0,9
Joensuu	2	0,9
Röykkä	2	0,9
Porvoo	2	0,9
Espoo	2	0,9
Huittinen	1	0,5
Yhteensä	215	100,0

Taulukko 30. Vastaajien asuinpaikat: Sonisphere

Saapuminen Sonisphereen

Kyselylomakkeissa oli kohta jossa kysyttiin; **Millä kulkuneuvolla tulit Poriin?** (*Hyppää yli jos asuinpaikka on Pori*). Tämä kysymys ei koskenut Porissa asuvia vaan tällä kysymyksellä haluttiin tietää millä mahdollisella kulkuneuvolla ulkopaikkakuntalaiset saapuvat Sonisphereen. Sonisphereen pystyi saapumaan myös julkisten lisäksi vaihtoehtoisesti laivalla. Laivareitti kulki Helsingistä Tallinnan ja sitä kautta Poriin, jossa laiva odotti matkustajiaan festivaalilta ja suuntasi yöllä takaisin Helsinkiin. 48-tuntisen risteilyn järjesti FF Cruises Oy. Vastauksia saatiin yhteensä 173 kappaletta. Vastausvaihtoehtoina oli:

- Bussilla
- Omalla autolla
- Kimppakyydillä
- Junalla
- Laivalla
- Muu millä

Vastanneista ulkopaikkakuntalaisista suurin osa 32,9 % saapui Sonisphereen omalla autolla. Kimppakyydillä ilmoitti saapuneensa 25,4 %, junalla 17,3%, bussilla 15%, laivalla 9,2% ja muu millä-vaihtoehtoon ei tullut yhtäkään merkintää.

Millaisella porukalla ollaan Sonispheressä liikkeellä

Kyselylomakkeissa oli kohta jossa kysyttiin **Millaisella porukalla olet liikkeellä?** Vastausvaihtoehtoina oli:

- Tyttö/poikaporukka
- Sekalainen kaveriporukka
- Perhe
- Pariskunta
- Työporukka

- Muu, millä

Tällä tiedolla pyrittiin kartoittamaan selkeämmin kävijäprofiilia, harvoin kukaan kuitenkaan tulee yksin festareille. Sonisphere kyselylomakkeessa oli Pori Jazzin lisäksi vastausvaihtoehdoksi annettu myös perhe. Vastauksia saatiin kasaan 237 kappaletta. Yleisemmin Sonisphereen tultiin sekalaisessa kaveriporukassa 51,9% tai tyttö/poikaporukassa 32,9%. Muu, millä-kohta ja työporukalla sai 0 vastausta (Taulukko 31).

Millaisella porukalla olet liikkeellä?		
	Lukumäärä	%
Sekalainen kaveriporukka	123	51,9
Tyttö/poikaporukka	78	32,9
Pariskunta	28	11,8
Perhe	8	3,4
Työporukka	0	0,0
Muu, millä	0	0,0
Yhteensä	237	100,0

Taulukko 31. Millaisella porukalla ollaan Sonispheressä liikkeellä

Yöpyminen Sonispheressä

Kyselylomakkeessa oli kysymyskohta: **Missä aiot yöpyä?** ja vastausvaihtoehdoiksi olin antanut:

- Leirintäalueella
- Tutun luona
- Hotellissa
- Yksityisasunnossa
- Kotona
- Laivalla
- Muualla, missä?

Erona RMJ Party Campin ja Pori Jazzien kyselylomakkeeseen oli se, että olin antanut vastausvaihtoehdoksi myös kohdan *laivalla*. Eniten vastaajista 54%, kuitenkin ilmoitti viettävänsä yönsä kotona. Tutun luona 20,1%, hotellissa 9,8%,

leirintäalueella 7,6%, laivalla 7,1% ja muualla, missä 1,3% (taulukko 32). Muu, missä-vaihtoehtoon kirjotti 3 ihmistä, 2 vastaajaa sanoi nukkuvansa autossa ja 1 veneessä. Yksityisasunnossa kohtaan ei tullut yhtäkään merkintää..

Missä aiot yöpyä?		
	Lukumäärä	%
Kotona	121	54,0
Tutun luona	45	20,1
Hotellissa	22	9,8
Leirintäalueella	17	7,6
Laivalla	16	7,1
Muualla, missä	3	1,3
Yksityisasunnossa	0	0,0
Yhteensä	224	100,0

Taulukko 32. Yöpyminen Sonispheressä

Aiotaanko käydä muuallakin Porin seudulla kuin vain Sonispheressä

Sonispheren kyselylomakkeen kohdalla kysymykset *Kuinka monta päivää aiot vii-
pyä* ja *Kuinka mones kerta* oltiin jätetty pois kokonaan, koska festivaalit järjestettiin ensimmäistä kertaa ja festarit kestivät sen yhden päivän. Kävijäprofiilia kartoitaessa haluttiin myös tietää ainakin matkailumarkkinoinnin kannalta, että aikooko festivaalikäijä käydä Sonispheren vierailun ohella myös jossakin muualla Porissa. Tähän haluttiin vastaus esittämällä kysymys **Oletko ajatellut käydä Porissa muuallakin kuin Sonispheressä?** Vaihtoehtoisiksi annoin:

1. En ole
2. Keskustassa
3. Ytyerissä
4. Muualla Porin seudulla, missä?

Tähän kysymykseen saatiin vastauksia yhteensä 218. Suurin osa 50,5%, aikoivat festarialueen lisäksi käydä myös Porin keskustassa (Taulukko 33). Muualla, missä-vaihtoehto sai yhden vastauksen ja vastauksen antaja kertoi käyvänsä Porin Reposaareissa festareiden lisäksi.

Oletko ajatellut käydä Porissa muuallakin kuin Sonispheressä?		
	Lukumäärä	%
Keskustassa	110	50,5
En ole	97	44,5
Yyterissä	10	4,6
Mualla, missä	1	0,5
Yhteensä	218	100,0

Taulukko 33. Aiotaanko käydä muuallakin Porissa kuin vain Sonispheressä

Rahankäyttö festarialueella

RMJ Party Campin kyselystä oltiin otettu opiksi ja Pori Jazzien ja Sonispheren kohdalla kyselylomakkeen rahankäyttö kohtaa selvennettiin mitä sillä haettiin. Sonispheren kohdalla lomaketta pystytettiin vieläkin parantaa ja tarkentamaan kysymyksiä. RMJ Party Campista ja Pori Jazzeista saatu kokemus auttoi kysymysten parantelussa. Rahankäyttö kohdassa oli kolme eri kohtaa ja ensimmäisessä kohdassa kysyttiin **Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festarialueella?** Tähän kohtaan vastaajaa pyydettiin arvioimaan kuinka paljon hän käyttää rahaa festarialueella. Festarialueella tarkoitettiin sitä aluetta johon pääsee pääsylipulla. Eroa muihin kyselylomakkeisiin oli se, että Sonispheren lisäksi lisäsin vaihtoehtokohdaksi *fanituotteet*, sillä niillä oli Sonispheressä kysyntää. Lopulliseksi keskiarvoksi saatiin 84,50 € jonka keskiarvokävijä käyttää festarialueella, alla oleva taulukko (Taulukko 34) näyttää miten rahasumat ovat jakautuneet. Tämän arvion jälkeen vastaajaa pyydettiin luokittelemaan arvioidun rahanmääränsä konserttialueella kysymyksellä **Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan festarialueella?** Vaihtoehtoiksi annoin:

- Ravintolohin (juomat & syömiset)
- Muihin palveluihin (pelit, kisat, ym...)
- Fanituotteisiin
- Muuhun, mihin?

Vastaajille annettiin mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto, kokonaismäärä ylittää 100% rajan.

Kaikki yhteensä (vastatut/N)	Ravintoloihin	Muut palvelut (pelit, kisat ym...)	Fanituotteisiin	Muuhun (lävistys...)
16810 € (199/199)	11570 € (195/199)	590 € (18/199)	3420 € (73/199)	390 € (11/199)
Keskiarvo per kävijä: 84.50 € (100% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 59.35 € (98 % vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 32.80 € (9% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 46.85 € (37% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 35.50 € (5,5 % vastaajista)

Taulukko 34. Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festarialueella

Rahankäyttö festareiden ulkopuolella.

Festarialueen käytetyn rahamäärän lisäksi haluttiin tietää paljonko kävijä käyttää rahaa myös festarialueen ulkopuolella, eli paljonko käyttää ja mihin sitä käyttää käydessään keskustassa tai jossain muualla Porin seudun ympäristössä. Kysyttiin, että **Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festareiden ulkopuolella?** Tähän kohtaan jätettiin taas vastauskohta avoimeksi. Arvion jälkeen vastaajaa pyydettiin arvioimaan jakautuminen kysymyksellä: **Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan festareiden ulkopuolella?** Rahankäyttö vaihtoehdoiksi annoin:

- Majoitukseen
- Ravintoloihin
- Kauppaan/kioskille
- Polttoaineeseen
- Muuhun, mihin?

Vastaukseksi saatiin laskemalla, että keskiarvo Jazzeilla kävijä käyttää rahaa keskimäärin 79,30 € festivaalialueen ulkopuolella. Alla oleva taulukko (Taulukko 35) näyttää miten summat jakautuvat.

Majoitukseen	1310 € (14/179)	Keskiarvo per kävijä: 93,60 € (8 % vastaajista)
Ravintoloihin	5394 € (116/179)	Keskiarvo per kävijä: 46,50 € (65 % vastaajista)

Kauppaan/Kioskille	4773 € (126/179)	Keskiarvo per kävijä: 37,90 € (70 % vastaajista)
Polttoaineeseen	2420 € (70/179)	Keskiarvo per kävijä: 34,60 € (39% vastaajista)
Muuhun/mihin (Tuliasiin, matkaliput...)	460 € (11/179)	Keskiarvo per kävijä: 41,80 € (6% vastaajista)
Kaikki yhteensä (vastattu/N)	14187 € (Vastattu 179/N=179)	Keskiarvo per kävijä: 79,30 € (100% vastaajista)

Taulukko 35. Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festivaalialueen ulkopuolella

Rahankäyttö festarimatkan aikana

Viimeisenä rahankäyttö-kohtana haluttiin tietää paljonko Sonispherelle tulija käyttää rahaa arviolta festarimatkinsa aikana, eli kysyttiin **Paljonko arvioit käyttäväsi enintään rahaa festarimatkan aikana?** Festarimatalla tarkoitettiin siitä aikaa mikä käytettiin kun tultiin toisesta kaupungista Poriin ja mahdollisesti pysähdyttiin johonkin. Arvion jälkeen kysyttiin tarkempia arviointiluokituksia kysymyksellä: **Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan festarimatkan aikana?**

Vaihtoehtoisiksi annoin:

1. Pysähdyspaikoille
2. Ravintoloihin
3. Muuhun, mihin

Alla oleva taulukko (Taulukko 36) antaa vastaukset kuinka paljon rahaa käytettiin festarimatkan aikana ja mihin sitä meni ja kuinka paljon. Tähän vastasivat ne jotka tulivat muualta kuin Porista. Festarimatkan aikana keskiarvoisesti kävijä käyttää 81,20 Euroa.

Yhteensä (Vastattu/N)	Pysähdyspaikoille	Muuhun (laivan tax free...)	Ravintoloihin
9260 € (114/120)	1394 € (53/120)	844 € (21/120)	3370 € (55/120)
Keskiarvo per kävijä: 81, 20 € (95% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 26, 30 € (44% vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 40,20 € (17,5 % vastaajista)	Keskiarvo per kävijä: 61,30 € (46% vastaajista)

Taulukko 36. Paljonko arvioit käyttäväsi enintään rahaa festarimatkan aikana

Syyt Sonisphereen osallistumiselle

Myös Sonispheren tulijoilta haluttiin tietää syy miksi he tulivat festareille, joten kysymyslomakkeeseen tehtiin kohta jossa kysyttiin, että **Mikä sai tulemaan Sonisphereen?** Tästä kysymyksestä saadut tiedot tulee kiinnostamaan ainakin festareiden järjestäjiä ja sen yhteistyökumppaneita. Aikaisempi kokemus vaihtoehto puuttui lomakkeesta, koska festarit järjestettiin ensimmäistä kertaa Suomessa. Joku on saattanut käydä luultavasti Sonisphere festivaaleilla muualla Euroopassa, mutta osumaprosentti olisi ollut todella pieni, että yleisön joukosta olisi tällainen löytynyt. Järkevämpää oli jättää vaihtoehto kokonaan pois. Festarin maine vaihtoehto-kohta olisi pitänyt myös ottaa pois lomakkeesta ja keksiä sen tilalle jokin muu vaihtoehto, mutta se jäi sinne vahingossa. Vastausvaihtoehdot olivat:

1. Sijainti
2. Festarin maine
3. Bändivalikoima
4. Muu, mikä

Vastauksia tähän kysymykseen tuli yhteensä 292, joten vastaajat ovat valinneet useita vaihtoehtoja. Vastausvaihtoehdon *Muu, mikä* valitsi 9 vastaajaa (Taulukko 37). Tarkasteltaessa sanallisia kommentteja suurimmaksi muuksi syyksi nousivat työ ja ilmainen lippu. Oli sanomattakin selvää, että suurimmaksi syyksi Sonisphereen osallistumiseen oli bändivalikoima, 70,9% valitsivat tämän vaihtoehdon. Maailmanluokan bändit kuten Linkin Park ja Metallica vetävät väkeä mihin tahansa Suomea, jossa ne esiintyisivät. Seuraavaksi suurin syy festareihin osallistumiseen oli festarin sijainti, 18,5% valitsivat tämän vaihtoehdon.

Mikä sai tulemaan Sonisphereen?		
	Lukumäärä	%
Bändivalikoima	207	70,9
Sijainti	54	18,5
Festarin maine	22	7,5
Muu, mikä	9	3,1
Yhteensä	292	100,0

Taulukko 37. Syyt Sonisphereen osallistumiselle

Tietoa Sonispherestä

Kysymyslomakkeeseen haluttiin myös saada kysymys, joka ainakin kiinnostaisi festareiden markkinoijia. Tähän saatiin tietoa esittämällä kysymys **Mistä sait tietoa Sonispherestä?** Vastausvaihtoehdoiksi annoin:

1. Netistä
2. Lehdestä
3. Radiosta
4. Kaverilta
5. Tv-mainoksesta
6. Muualta, mistä

Myös tähän kysymykseen oltiin annettu enemmän kuin yksi vastaus, sillä vastausmäärä oli 477. Informaatioteknologian mennessä eteenpäin on netti kiilannut ohi perinteiset mediat kuten television ja lehdet. 41,1% vastaajista sai tietonsa Sonispherestä netistä ja toisteksi eniten toimi puskaradio eli kaverit 21,4% (Taulukko 38). Muualta, mistä-vastausvaihtoehto sai 0 vastausta.

Mistä sait tietoa Sonispherestä?		
	Lukumäärä	%
Netistä	196	41,1
Kaverilta	102	21,4
Lehdestä	87	18,2
Radiosta	80	16,8
Tv-mainoksesta	13	2,7
Muualta, mistä	0	0,0
Yhteensä	477	100,0

Taulukko 38. Tietoa Sonispherestä

Mistä liput festareille

Viimeisenä varsinaisena kysymyksenä kyselylomakkeessa oli **Mistä ostit/sait liput?** Tämäkin kysymys kiinnostaa enimmäkseen festareiden järjestäjien parissa. Vastausvaihtoehdot olivat:

1. Netistä
2. Lippukaupasta
3. Portilta
4. Työpaikalta
5. Muualta, mistä?

Sonispheren kohdalla liput ostettiin pääsääntöisesti netistä, 53% vastasi vaihtoehdoksi netin (Taulukko 39). Muualta, mistä-vaihtoehtokohta sai 4,7% vastauksista ja eniten sanallisia vastauksia oltiin laitettu, että liput saatiin ystävältä.

Mistä ostit/sait liput?		
	Lukumäärä	%
Netistä	114	53,0
Lippukaupasta	81	37,7
Muualta, mistä	10	4,7
Portilta	6	2,8
Työpaikalta	4	1,9
Yhteensä	215	100,0

Taulukko 39. Mistä liput Sonisphereen

Kokemuksia ja mielikuvia

Kysymyslomakkeen viimeiseen kohtaan oli vastaajalla mahdollisuus kertoa **Kokemukset ja/tai mielikuvia Porista tai Porin seudusta**. Ainoastaan 4 ihmistä oli laittanut jonkinlaista kommenttia Sonispheressä. Tässä kommentit:

- ”jees tullaan uusiks”
- ”SAHAn palvelu loistava”
- ”Ranta kiva paikka ja kirjurinluoto myös”
- ”Kaupat hankalia löytää, alko myös”

6.4 Yhteenveto tuloksista

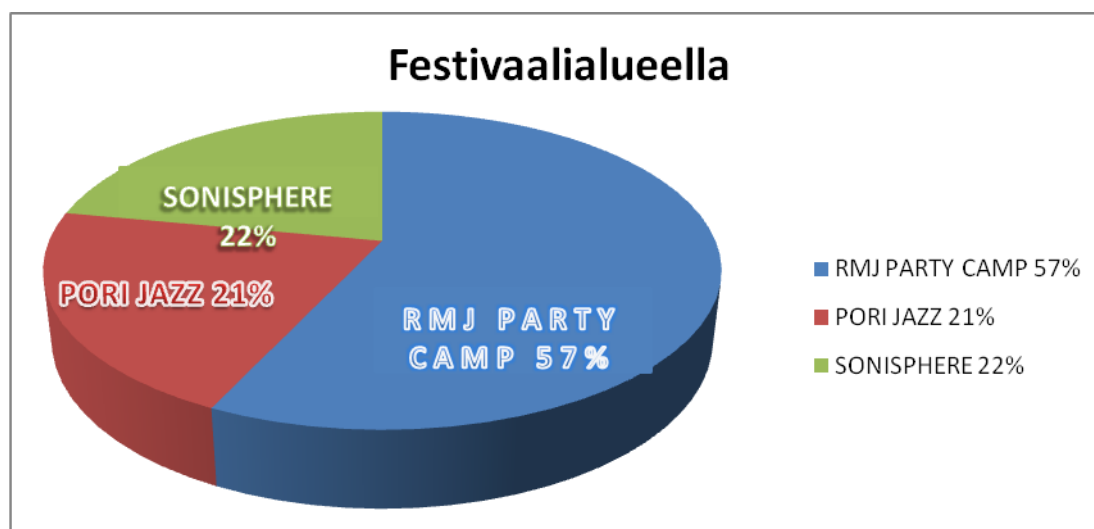
Festivaalikohtaisesti täytettyjä kyselylomakkeita saatiin kerättyä määrällisesti vaihdellen. Pori Jazzeilla ja RMJ Party Campissa päästin tavoitteeseen ja vielä hiukan ylikin tavoitteen, mutta Sonisphere jäi alle tavoiteltun 333 määrän. Syitä miksi jäätiin alle tavoiteltun 333 on käsitelty tarkemmin luvussa 5, Tutkimuksen suorittaminen. Suurin osa tavoiteltusta tuhannesta kyselylomakkeesta saatiin kerättyä Pori Jazzeilta ja RMJ Party Campista. Kokonaislomakemäärästä Pori Jazz kattaa 40% (367/925 lomakkeista), RMJ Party Camp 36% (335/925 lomakkeista) ja Sonisphere 24% (223/925 lomakkeista). Opinnäytetyöni tarkoituksena ei ollut pääsääntöisesti verrata näitä kolmea festivaalia keskenään tai laskea tuloksia yhteen. Jokaisesta festivaalista saatiin ihan omannäköisensä kävijäprofiili. RMJ Party Campin osalta ei voida erotella matkan aikana syntynyttä rahavirtaa, koska kysymyslomakkeessa ei ollut kyseistä kohtaa tarkentavaa kysymystä, jollainen taas oli lisätty Jazz- ja Sonisphere kyselylomakkeessa.

Alla on kuitenkin kaksi taulukkoa (Taulukko 37 & 38) ja kaksi diagrammia (Kuvio 4 & 5) kyselylomakkeiden vastauksista. Ensimmäisestä taulukosta ja diagrammista voidaan todeta, että RMJ Party Campissa ihmiset käyttävät näistä kolmesta festivaalista eniten rahaa festivaalialueella. Festivaalialueella tarkoitetaan konserttialuetta johon vaaditaan pääsylippu. Festivaalialueella rahaa voidaan käyttää muun muassa ravintoloihin, erilaisiin peleihin, fanituotteisiin ja muihin vastaaviin. Toinen taulukko (Taulukko 38) ja diagrammi (Kuvio 5) kertoo festivaalialueen ulkopuolella käytetyn rahamäärän keskiarvon. Näistä kolmesta festivaalista, Pori Jazzeilla käytettiin festivaalialueen ulkopuolella keskimäärin eniten rahaa. Festivaalialueen ulkopuoliseksi kuuluu kaikki käytetty rahamäärä, jotka käytetään pääsylippuun vaadittavan alueen ulkopuolella. Festivaalin ulkopuoliseksi

kulutukseksi lasketaan majoitus, polttoaineet, kaupat, matkamuistot, ravintolat, tuliaiset, kulttuuri, harrastukset sekä ynnä muut vastaavat.

	Keskiarvo per kävijä	Osuus kaikkien festareiden summasta
RMJ PARTY CAMP	215,40€	57%
PORI JAZZ	80,60€	21%
SONISPHERE	84,50€	22%
YHTEENSÄ	380,50€	100%

Taulukko 37. Kuinka festivaalialueella käytetty keskimääräinen rahamäärä jakautuu tapahtumittain ja per kävijä



Kuvio 4. Festivaalialueilla käytetyn rahamäärän yhteisumman 380,50 € jakutuminen.

Festivaalialueella eniten rahaa käytetään RMJ Party Campissa. Sonispheressä ja Pori Jazzeilla rahankäyttö on hyvinkin samanlaista. Tämä tieto ei ollut yllätys, sillä tuloksista saatiin selville, että RMJ Party Campilainen käy prosentuaalisesti vähiten festarialueen ulkopuolella, täten hän luultavasti käyttää koko- tai suurimman osan budjetistaan pääsylipun vaatimalla festivaalialueella.

	keskiarvo	osuus kaikkien festareiden summasta
RMJ PARTY CAMP	88,80€	33,0%
PORI JAZZ	101,15€	37,5%
SONISPHERE	79,30€	29,5%
YHTEENSÄ	269,25€	100%

Taulukko 38. Kuinka festivaalialueen ulkopuolella käytetty keskimääräinen rahamäärä jakautuu tapahtumittain ja per kävijä.



Kuvio 5. Festivaalialueen ulkopuolella käytetyn rahamäärän yhteisumman 269, 25 € jakutuminen.

Festivaalialueen ulkopuolella eniten rahaa käytetään Pori Jazzeissa. Seuraavaksi eniten RMJ Party Campissa ja sitten Sonispherellä. Ei ole mikään ihme, että Pori Jazzeilla festarialueen ulkopuolella käytetään eniten rahaa. Silloin kun Porissa on Jazzit, niin Jazzit on koko Porissa eikä pelkästään tietyllä alueella. Pori Jazzit ulottuu paljon laajemmalle alueelle kuin RMJ Party Camp tai Sonisphere.

Kävijäprofiili RMJ Party Camp

Tuloksien perusteella, kävijäprofiili on RMJ Party Campilaisen kohdalla seuraavan näköinen. Kävijä on 18-20 vuotias sinkkumies, joka on liikkeellä sekalaisella kaveriporukalla ja hänen asuinpaikkansa on Pori. Ulkopaikkakuntalainen tulee yleisemmin RMJ Party Campiin kimppakyydillä ja on kotoisin Helsingistä tai Tampereelta. Hän on ensimmäistä kertaa RMJ Party Campissa Porissa, nukkuu yönsä leirintäalueella ja aikoo viettää täydet 3 päivää RMJ Party Campissa. Käyttää 215,40 € rahaa festarialueella ja siellä hän käyttää rahaa juomiiin 103,30€, ruokaan 39,70 € ja muihin palveluihin 37,45€. Festarialueen ulkopuolelle hän käyttää keskimäärin 88,80 € rahaa ja kuluttaa jos on kuluttaakseen, 37,20 € majoitukseen, 61,10 € baariin, 33,70 € ruokaan, 37 € bensaan, 37,45 € kioskille. Hän ei aio käydä festareiden aikana muualla kuin festarialueella. Festarin maine ajaa hänet paikanpäälle ja hän saa tietonsa festareista netistä ja ostaa lippunsa lippukaupasta.

Kävijäprofiili Pori Jazz

Pori Jazzeilla törmäät todennäköisimmin henkilöön, joka on Porilainen avoliitossa elävä mies ja iältään 24-29 vuotias. Jos hän ei ole Porilainen, niin hän on todennäköisesti Helsingistä ja on tullut Poriin omalla autolla. Hän aikoo viettää yönsä kotona ja on lähtenyt juhlimaan sekalaisella kaveriporukalla. Hän on ollut Jazzeilla 11 kertaa ja viettää Jazzeilla 2 päivää. Hän käy Jazzien aikana Jazzalueen lisäksi Porin keskustassa. Hän käyttää rahaa 80,60 € festarialueella. Festarialueella rahaa menee 70 € ravintoloihin, 19,30 € peleihin ja kisoihin ja muuhun 30,40 €. Kun hän menee festareiden ulkopuolella, hän käyttää siellä 101,15 €. Ulkopuolella rahaa menee 84,10 € majoitukseen, 111,60 € ravintoloihin, 30,60 € kauppaan ja kioskeille, 26,80 € polttoaineeseen, muuhun 26,70 €, kulttuuriin ja harrastuksiin 30,70€ ja matkamuistoihin 18,10 €. Jos hän tulee Porin ulkopuolelta niin hän käyttää festarimatkan aikana rahaa 183,60 €. Pysähdyspaikoille 26,45 €, muuhun 75,20 €, 127,60 € ravintoloihin. Hän tulee Jazzeille Aikaisemman kokemuksensa perusteella ja ammentaa tietonsa festivaaleista netistä, sekä ostaa lippunsa lippukaupasta.

Kävijäprofiili Sonisphere

Sonisphere-läinen on todennäköisesti 30-35 vuotias sinkkumies. Hän asuu Porissa tai vaihtoehtoisesti Turussa. Ulkopaikkakuntalainen tulee pääsääntöisesti Poriin omalla autolla. Perus-Sonisphere-läinen on festareilla sekalaisen kaveriporukan kanssa ja viettää yönsä tutun luona ja aikoo myös käydä keskustassa festivaalien ohella. Festarialueella hän käyttää rahaa 84,50 € ja siellä 59,35 € menee ravintoloihin, muihin palveluihin (peleihin, kisoihin ym...) 32,80 €, 46,85 € fanituotteisiin ja muuhun 35,50 €. Festareiden ulkopuolella hän käyttää 79,30 € ja siellä majoitukseen 93,60 €, ravintoloihin 46,50 €, kauppaan ja kioskeille 37,90 €, polttoaineeseen 34 €, 60 € ja muuhun kuten tuliaisiiin ja sen sellaisiin hän käyttää 41,80 €. Jos hän tulee Porin ulkopuolelta, hän käyttää festarimatkan aikana 81,20 € rahaa ja sen aikana menee 26,30 € pysähdyspaikoille, 61,30 € ravintoloihin ja muuhun 40,20 €. Hän on tullut Sonisphereen bändien takia ja ostanut lippunsa internetistä. Hän myös etsii tietonsa festareista netistä.

6.5 Festivaalien taloudelliset vaikutukset

Kesätapahtumat ovat taloudellisesti hyvin tärkeitä tekijöitä ja varsinkin näin suuret tapahtumat kuten Pori Jazz, Sonisphere ja RMJ Party Camp (Kauppila 2001, 5.) Festivaalit ovat kasvavissa määrin mukana eri kaupunkien ja niiden seutujen kehittämisen työkaluina ja siksi tieto festivaalien taloudellisista vaikutuksista on tärkeää. Tässä opinnäytetyössä keskityttiin tarkastelemaan Sonispheren, Pori Jazzien ja RMJ Party Campin taloudellisia vaikutuksia Porin kaupungille ja sen seudulle.

Kesätapahtumien ja ennenkaikkea suurten festivaalien avulla saadaan lisättyä kaupungille näkyvyyttä, sekä saadaan kaupungille ja sen seudulle lisätuloja, sekä voidaan parantaa tai rakentaa kaupunki-imagoa. Kesätapahtumilla on vaikutusta paikkakunnan aluetalouteen muutenkin kuin pelkästään tapahtumakävijöiden kautta. Vaikutukset voidaan jakaa primäärisiin, sekundäärisiin ja seurannaisvaikutuksiin, sekä myös tertiäärisiin vaikutuksiin. Nämä merkitykset täydentävät toisiaan. (Mikkonen ym. 2008, 15-16.) Primääriset eli taloudelliset vaikutukset ja välittömät tulot syntyvät suoraan festivaalien järjestämiseen liittyvistä toiminnoista, kuten

hankinnoista, työvoiman rekrytoinnista ja vuokrista. Primääriset tulot muodostuvat myös festarikävijän kulutuksesta kaupungissa ja sen alueella. (Jyvälä 1981, 10; Kauppila 2001, 5.) Festarikävijät kuluttavat rahaa paikkakunnalla ostokäyttäytymisestä ja viipymästä ajasta riippuen erilaisiin palveluihin kuten ravintoloihin ja kauppoihin.

Festarikävijöiden välitön vaikutus koostuu kokonaisuudessaan siitä rahamäärästä, jolla matkailijat tekevät ostoksia Porin seudulla. Välittömään vaikutukseen lukeutuvat paitsi varsinaiset matkaan liittyvät kulut, kuten majoitus, myös kaikki muut paikkakunnalla tehdyt ostokset (muun muassa polttoaineostot ja pysähdyspaikoilla ostetut tuotteet). Kaikki tämä festivaalikävijöiden Porin seudulla käyttämä raha on suoraan verrannollista Porin seudun yritysten liikevaihdon kasvamiseen. Festivaalien ansioista työllisyys kasvaa alueella ja verotulot lisääntyvät.

Sekundääriset eli kerrannaisvaikutukset taas pitävät sisällään välilliset ja johdetut vaikutukset. Kerrannaisvaikutukset saadaan alueelle festivaalikävijöiltä saadun rahan päätyessä takaisin kiertoon festivaalipaikkakunnalla. (Juntheikki, Kauppila & Kesti 2002, 7-8.) Tästä johtuen Porin seudun varallisuus ja verotulot nousevat. Sekundääriset vaikutukset syntyvät festarikävijöiden ansiosta välitöntä tuloa saavien yritysten ostaessa tavaroita ja palveluita paikallisilta toimittajayrityksiltä. Se voi olla myös festivaalien ansiosta työllistyneiden käyttäessään rahaa samalla alueella. Sekundääriset vaikutukset tulevat myös festivaalikävijöiden rahankäytöstä tapahtumapaikkakunnan ravintoloihin ja kauppoihin. (Jyvälä 1981, 10; Kauppila 2001, 5.) Nämä seikat taas edelleen välillisesti lisää Porin seudun työllisyyttä ja palkkatuloja mikä nostattaa verotuloja.

Festivaalien tertiäärisillä merkityksellä tarkoitetaan kaikkea sitä mitä ei pystytä käytännössä mittaamaan, mutta ovat kuitenkin merkittäviä tekijöitä paikalliselle taloudelle. (Mikkonen ym. 2008, 16-17.) Näitä ovat ainakin festivaalien merkitys kaupungin imagoon, sekä vaikutusta sen sosiaaliseen ja kulttuuriseen elämään. Kesätapahtumien hyvä näkyvyys ja nappiin menneet festivaalit saattaa parantaa ja kasvattaa Porin seudun imagoa, mikä sitten taas mahdollisesti houkuttelee lisää matkailijoita, yrityksiä ja festivaalikävijöitä myös seuraavanakin vuonna.

Festivaalien vaikutukset voidaan luokitella kolmeen eri ryhmään: ympäristölliset, sosiokulttuuriset ja taloudelliset. (Kauppila 2001, 5; Mathieson & Wall 1987.) Isoilla kesätaapahtumilla on varmasti vaikutusta koko Porin ja sen seudun elämään jollakin tavalla ja vaikutukset ilmenevät ainakin vuorovaikutustilanteissa Porin alueen, sen asukkaiden ja festivaalikävijöiden kesken. Festivaalien vaikutukset näkyy paikallisten asenteissa yleensä vasta pitkän viiveen jälkeen, harvoin heti festareiden aikana. Festivaaleilla on pitkäaikaiset vaikutukset ihmisten asenteissa, varsinkin jos niistä on jäänyt negatiivisia tuntemuksia. Positiivisina seikkoina mainittakoon, että festarit tuovat Porin seudulle paljon näkyvyyttä, tuloja ja työllisyyttä. Negatiivisena puolena mainittakoon suuren ihmismassan tuomat ruuhkat, melu, roskaaminen ja mahdolliset häiriökäyttäytymiset mitkä työllistävät poliisia.

Pohjoismaisen mallin mukaisesti festivaalikävijät pyritään luokittelemaan mahdollisimman yhtenäisiin ryhmiin. ”Kotimaisissa matkailututkimuksissa aluetaloudellista hyötyä on tavallisimmin pyritty mittaamaan Matkailun edistämiskeskuksen (MEK 1983) Pohjoismaisen tulo- ja työllisyysmallin avulla. Pohjoismaisen malli selvittää yleisön kulutuksen aiheuttamia taloudellisia vaikutuksia alueella vierailija- ja yrityskyselyjen, tilastotietojen sekä yleiskertoimien avulla. Pohjoismaista mallia tai sen osia on sovellettu myös erilaisten kotimaisten kulttuuritapahtumien tulovaikutusten mittaamisessa”. (Muuttuva Maailma 2/2006, 52.) Opinnäytetyössäni keskityin pääsääntöisesti välittömiin tuloihin, joita festivaalikävijät Porin seudulle toivat. Kyselylomakkeilla ihmisiltä kysyttiin yksityiskohtaisia tietoja rahankäytöstä festivaalialueella sekä ympäri Porin seutua tapahtumien yhteydessä.

Pohjoismaisen mallin menomenetelmän mukaisesti festarikävijöiden välittömät tulovaikutukset (F) voitaisiin laskea kahdella vaihtoehtoisella yhtälöllä:

$$F = a \times b \times c$$

$$F = A \times b, \text{ joissa}$$

a= festarikävijän keskimääräinen rahankäyttö vuorokaudessa,

b= kävijöiden kokonaismäärä,

c= kävijöiden keskimääräinen viipymä ja

A= kävijöiden rahankäyttö keskimäärin koko viipymän aikana.

Tällaista tietoa varten olisi pitänyt festivaaleilta kerätä huomattavasti suurempi otos. Vaikutuksien tarkkaa selvittämistä hankaloittaa alueella yöpymisvuorokausien ja festarikävijöidenmäärien määrittämiseen liittyvät ongelmat. (Kauppila 2001, 32, 35–38.) Tiedonkeruussa tuloksia voi vääristää muunmuassa, liian pieni otos, vastaajien kyvyttömyys arvioida menojaan tarpeeksi tarkasti, aineiston keräämisajankohta sekä tiettyjen kävijäryhmien, esimerkiksi päiväkävijöiden saavutettavuus.

7 POHDINTAA

Kesä 2009 oli ehkä taloudellisesti tärkein vuosi Porin seudulla, johtuen kolmesta isosta eri kesätahtumasta. Pähkinäkuoressa tutkimukseni tavoitteena oli kävijäprofiilin selvittämisen lisäksi kartoittaa festivaalikävijöiden motiiveja festivaaleille osallistumiselle, mielipiteitä Porista ja sen seudusta sekä ihmisten rahankulutuksesta. Tutkimuksen tulokset ovat ensisijaisesti hyödyllisiä Posekille ja Maisalle, kuin myös tapahtumien järjestäjille ja Porin seudun toimijoille. Tulosten on tarkoitus antaa toimeksiantajalle uusia ideoita siitä, miten he voisivat parantaa tai muuttaa toimintaansa. Tulosten avulla pystytään antamaan faktoihin perustuvaa tietoa. Tuloksia voidaan myös hyödyntää esimerkiksi Porin matkailun kilpailukyvyyn parantamiseen ja Porin imagon markkinoinnissa. Opinnäytetyöni tuloksia voidaan käyttää työkaluna yksityisen ja julkisen sektorin matkailusuunnittelun ja -kehittämisen tarpeisiin.

Festivaalitapahtuman järjestämisessä yhdeksi tärkeimmäksi tekijäksi voi nostaa itse tekijät. Festivaali perustuu yleensä yhden tai useamman ihmisen omiin ideoihin ja visioihin ja sen toteuttaa joukko ihmisiä, jotka tekevät festivaaleista aina itsensä näköisensä. Festivaalitapahtumat ovatkin kulttuuripalveluja ja palveluille on aina tärkeää miellyttää asiakkaita. Yleensä festivaalitapahtumat laajenevat kerta toisensa jälkeen niin puitteiltaan kuin ohjelmistoltaan. Luonnolista onkin, että festivaalit kehittyvät vuosien mittaan. Harvemmin festivaalit pysyvät muuttumattomina vuodesta toiseen, sillä jo pelkästään ympäristössä tapahtuvat muutokset, suuntaukset ja ihmisten sen hetkinen mielenkiinnon kohde vaikuttavat festivaalien kehitykseen. Itse pidän

kesätapahtumien aikana tärkeimpänä tehtävänä laadun varmistusta. Festivaalien tulee vastata sen antamiin lupauksiin ja tehdyt sopimukset tulee toteutua myös käytännössä. Pori Jazz ja RMJ Party Camp ovat tunnettuja tapahtumia yleisön keskuudessa jo käsitteinä jotka tunnustetaan pelkän logon perusteella. Myöhemmässä vaiheessa Sonispherestäkin tulee samanlainen. Siksi on erittäin tärkeää ettei festivaalien lupaukset tule pettämään kävijöitä, koska pelkän logon näkeminen tai festivaalin nimen kuuleminen muodostaa ihmisen päässä mielikuvia.

Yksikään tapahtuma ei voi olla ottamatta huomioon sitä paikkakuntaa, missä festivaalit järjestetään. Eikä mikään paikkakunta, suuri tai pieni voi olla tavalla tai toisella huomioon ottamatta tapahtumaa, joka sen ympäristössä järjestetään. Isoista festivaaleista Pori tunnetaan ympäri Suomea, sekä Sonisphere ja Pori Jazz on artisti-valikoimillaan saavuttanut näkyvyyttä ympäri maailmaa. Vuosittain Porissa järjestettävät festivaalit esittelee huippuluokan artisteja, bändejä ja eri kulttuureja siinä mittakaavassa, että yhden kesän ajaksi koko Pori muuttuu monikulttuuriseksi ympäristöksi. Sonisphere, Pori Jazz ja RMJ Party Camp tuo Poriin satoja tuhansia ihmisiä ympäri Suomea, jotka tuovat Porin kaupungille ja sen ympäristölle paljon rahaa. Tiettyssä mielessä ainoastaan Pori Jazzia voidaan pitää itsestäänselvyytenä, joka järjestetään joka kesä Porissa.

Pori Jazz on jo monen kymmenen vuoden kokemuksella saavuttanut vankan ja arvostetun aseman Suomen kesätapahtumien keskuudessa. Sonisphere oli taloudellisesti ja kävijämäärällisesti iso mensetys. Sonisphere ei harmillisesti tulevaisuudessa jatku enää Porissa, vuonna 2010 se järjestettiin vielä Porissa, mutta vuonna 2011 se siirtyi Helsinkiin. Pori on yksi harvoista paikoista Suomessa mikä pystyy tiloiltaan järjestämään isoja massatapahtumia. RMJ Party Camp jäi kesällä 2009 huomattavasti alle tavoiteltuun kävijämäärään, suurin syy järjestäjän mukaan johtui erittäin huonosta ja sateisesta säästä. RMJ Party Camp tuotti tappiota vuonna 2008 sekä vuonna 2009 kun festivaalit järjestettiin Porissa. RMJ Party Camp ei enää jatku Porissa vaan on siirtynyt takaisin sinne mistä alunperin on lähtenytkin, eli Raumalle.

Varsinkin yksittäisille yrityksille tutkimukseni on erittäin hyödyllinen. Yritykset voivat tutkimukseni avulla hoitaa asiakkuuksiaan paremmin. Tutkimukseni pohjaa voidaan käyttää myös investointipäätöksiä tehtäessä, sen avulla voidaan välttää

suuriakin tulonmenetyksiä. Olen itse erittäin tyytyväinen kävijäprofiilikyselyjen tuloksiin. Kyselyyn vastanneiden halukkuus osallistua kyselyihin yllätti minut todella positiivisesti ja myös se kuinka suuri osa vastaajista oli todella paneutuneita vastauksiinsa, vaikka vastaajille ei ollutkaan tiedossa mitään palkkiota kyselyyn vastaamisesta.

Palautteiden perusteella huomasin, että festivaalit ovat tärkeitä tapahtumia varsinkin paikkakuntalaisille ja tärkeimpänä niistä pidetään Pori Jazzia. Tapahtumaa luonnehditaan kaupungin kuuluisammaksi kulttuuritapahtumaksi. Porissa ja kaikkialla muuallakin festivaalit tuovat mukanaan laajojen ohjelmien lisäksi myös yhteisöllisyyttä: ihmisiä kaduille tunnelmoimaan ja nauttimaan kaupunkikulttuurista. (Porin kaupungin www-sivut 2009.)

Kyselytutkimuksen opinnäytetyönä tekeväälle haluan antaa tulevaa varten kokemuseni kautta muutaman ohjeen ja neuvon. Kyselyn luotettavuuden ja pätevyyden lisäksi kannattaa huomioida jo kyselyä suunniteltaessa tulosten analyysin vaatima työmäärä, johon yksittäisistä seikoista ehkä eniten vaikuttaa kysymysten tyypit. Tällaista laajaa tutkimusta tehdessä helpoin tiedonhankintamenetelmä vaihtoehto on kyselylomake. Kyselylomake soveltuu parhaiten laajoihin tutkimuksiin, joissa ollaan kiinnostuneita suuren osallistujajoukon mielipiteistä ja muista subjektiivisista arvioista. Tässä on muutamia ehdotuksia potentiaalisista aiheista, joita seuraavat opiskelijat voivat tutkia festivaaleihin liittyviä opinnäytetyöaiheita ajatellen:

- Festivaalien tarkempi alueellinen vaikutus (työllistäminen, sosioekonomiset merkitykset, paikallistaloudelliset, yhteisölliset ja imagolliset vaikutukset)
- Festivaalien imagot ja niiden kehittämismahdollisuudet
- Festivaalien ja yritysten yhteistyön kehittäminen
- Kävijöiden mielikuvat tapahtumista (vrt. ilmaistapahtumat)
- Festivaalien mukana tuleva turismi (ulkopaikkakuntalaiset)

Festivaalit ovat merkittäviä monella tapaa niin kävijöille kuin kaupungeille, mutta myös artisteille ja taiteilijoille ja taiteen kehittymiselle. Ne luovat hetkiä ja tiloja, joissa eri alojen osaajat kohtaavat uusia yleisöjä, sillä festivaalit mahdollistavat tai-

teen tekijöiden väliset kohtaamiset. (Silvanto 2007, 3.) Kulttuurin talouden voimistuessa myös kulttuuritapahtumien määrän on arvioitu kasvaneen kuluneiden vuosikymmenien aikana niin Suomessa kuin muuallakin maailmassa. Festivaalit ovat samalla tulleet osaksi globaalia matkailuelinkeinoa. (Kainulainen 2005, 58.) Seikkoihin, joihin voidaan matkailuelinkeinon puolesta vaikuttaa tulevaisuudessa, tulivat esille festarikävijöiden mielipiteissä avoimissa kysymyskohdissa. Kaikkiin kävijöiden toivomuksiin ei varmastikkaan pystytä vaikuttamaan, mutta se on jo iso voitto jos pystytään parantamaan edes yhden ihmisen festivaalikokemusta.

Festivaalien järjestämiseen liittyy aina tiettyjä riskejä joista järjestäjän pitää olla tietoinen. Varsinkin kun on kyse näin suurista festivaaleista voi yksikin tappiollinen tapahtuma tarkoittaa sitä, että seuraavana vuonna sitä ei ole taloudellisesti enää mahdollista järjestää. Riskeistä merkittävimpiä on tapahtumien sisällön vastaavuus asiakkaiden odotuksiin, sääolosuhteet, markkinoinnin onnistuminen, järjestelyjen onnistuneisuus, sekä ajankohtaisesti tapahtuma ei mene päällekkäin toisen massaa vetävän tapahtuman kanssa päällekkäin. Ison haasteen järjestäjille ilmoille heittää myös myös sellainen seikka, että ihminen tekee päätöksensä usein festivaaleille osallistumisesta vain hiukan ennen varsinaista tapahtuman ajankohtaa. (Verhelä & Lackman 2003, 172–173.) Tähän voidaan vaikuttaa myymällä tarpeeksi aikaisin ennakkolippuja. Hyvin onnistuneella ennakkolippujen myynnillä pystytään minimoimaan muutamia riskejä, kuten esimerkiksi sääolosuhteiden vaikutusta kävijämääriin. Vaikka vettä sataisi kaatamalla ja yleisöä ei saapuisi paikalle, ennakkomyynnillä saadan kuitenkin kerättyä iso summa lipputuloista, eikä festivaali välttämättä kärsi tappiota huonon ilman takia, ei ainakaan niin paljon mitä se tuottaisi ilman ennakkomyyntiä.

LÄHTEET

Antikainen, J. & Sutinen, M. 1996. Tapahtumajärjestäjän työkirja. Kuopio: Instead.

Dantchev, A. 2000. Haapavesi Folk festivaaliorganisaation inhimilliset kasvot vuosina 1989-90. Jyväskylän yliopisto. Musiikkitieteen pro-gradu työ. Viitattu 5.3.2010.

<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/.../adantchev.pdf?...1>

Ennekari, R. 1996. Pori Jazz – kolme vuosikymmentä improvisointia. Porvoo: WSOY

Eskola, J. & Suoranta, J. 2000: Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Festarit.orgin www-sivut. Viitattu 23.10.2010.

<http://www.festarit.org/uutiset/777/26/07/2009/Sonisphere-Festival+Porissa-juhli-60-000-festarivierasta>

Finland Festivalsin www-sivut. Viitattu 13.5.2010.

<http://www.festivals.fi/>

Helsingin yliopiston yleisen valtio-opin laitoksen www-sivut. Viitattu 8.11.2010.

<http://www.valt.helsinki.fi/staff/jmykkane/tutkielma/Tutkimusongelma.html>

Hufnagel, E.M. & Conca, C. (1994) User response data: The potential for errors and biases. Information Systems Research.

Juntheikki, R., Kauppila, P. & Kesti, H. 2002. Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Kainuussa. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja A, tutkimuksia 1. Kajaani.

Jyväla, K. 1981. Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset Kuusamon kunnassa. Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos. C:37. Oulu.

Järvinen, P. & Järvinen, A. (2000) Tutkimustyön metodeista. Tampere: Opinpajan kirja.

Kainulainen, K. 2005. Kunta ja kulttuurin talous. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy - Juvenes Print.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisö tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.

Kauppila, P. 2001. Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset: Pohjoismaisen mallin matkailijatutkimukset. Naturpolis Kuusamo koulutus- ja kehittämispalvelut. Rakennerahastot: Kuusamo.

Kitchenham, B.A. & Pfleeger, S.L. (2002a) Principles of survey research part 2: Designing a survey. Software Engineering Notes.

Kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien oppimisympäristö KvaliMOTV www-sivut. Viitattu 7.10.2010.

http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html

MAB5.Tilastotieteen lähtökohdat

http://opinnot.internetix.fi/fi/materiaalit/mab/mab05/2_tilastotieteen_lahtokohdat/mab5_2.2_havaintoaineiston_valitsemisesta.pdf?C:D=gr9j.gpl9&m:selres=gr9j.gpl9.)

Matkailun edistämiskeskus MEK:in www-sivut. Viitattu 19.9.2010.

http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28pages%29/Tutkimukset_ja_tilastot

Matkareitin www-sivut. Viitattu 1.4.2010.

http://www.matkareitti.fi/tutkimuksien_tuloksia/suomen_paras_kesatapahtuma_2008/

Mikkonen, J. Pasanen, K. & Hakola, E-M. 2009. Finnish Event Evaluation Tool (FEET) käsikirja East Side Story – puhtia itäsuomalaiseen tapahtumamatkailuun – hankkeen raportti. Joensuun yliopisto. Savonlinna.

Muuttuvan Matkailun teemanumero 2/2006. Viitattu 13.2.2011

epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef.../urn_nbn_fi_uef-20100070.pdf

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangé, K. 2008. Markkinointitutkimus. WSOYpro. Juva.

Pori Jazzin www-sivut. Viitattu 25.5.2010.

<http://www.porijazz.fi>

Porin kaupungin www-sivut. Viitattu 12.4.2010.

<http://www.pori.fi/ajankohtaista/uutinen.php?id=265971661>

Porin kaupungin www-sivut. Viitattu 2.2.2011

<http://www.pori.fi/matkailu.html>

Porin kaupungin www-sivut. Viitattu 2.2.2011

<http://www.pori.fi/pori-info.html>

Porin Seudun kehittämiskeskus Oy Posekin tiedotuslehti Dynamo 1/2009.

Viitattu 22.4.2010.

http://www.prizz.fi/asiakaskuvat/posek/dynamo/dynamo_1_2009_netti.pdf

Porin seudun kehittämiskeskus POSEK:in www-sivut. Viitattu 19.4.2010.

<http://www.posek.fi/sivu2.aspx?tas0=0&id=49>

Puhakka, V. (2005) Tutkimusmenetelmät. Oulun tietojenkäsittelytieteiden laitoksen kurssimateriaali.

http://www.tol.oulu.fi/kurssit/tutkimusmenetelmat/Tutkimusmenetelmat19_9.pdf

Raumanmeren Juhannuksen www-sivut. Viitattu 22.4.2010.
<http://www.rmj.fi/>

Robson, C. (1994) Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitionerresearchers. Blackwell publishers.

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Kauppakaari Oyj. Helsinki.

Satakunnan Kansan www-sivut. Viitattu 26.11.2010.
http://www.satakunnankansa.fi/cs/Satellite?c=AMArticle_C&childpagename=SKA_newssite%2FAMLayout&cid=1194652241245&p=1194596635724&packedargs=packedargs%3DAMArticleCommentThreadDetails%25253AmaxPosts%253D30&pageName=SKAWrapper&rendermode=previewnoinsite

Silvanto, S. 2007. Festivaalien Helsinki. Helsinki: Gummerus.

Teague, R., De Jesus, K. & Nunes-Ueno, M. (2001) Concurrent vs. post-task usability test ratings. CHI '01 extended abstracts on Human factors in computing systems.

Tietojenkäsittelytieteiden laitos Oulun yliopisto www-sivut. Viitattu 12.9.2010. Vii-
http://www.tol.oulu.fi/kurssit/tutkimusmenetelmat/Tutkimusmenetelmat19_9.pdf

Tilastokeskuksen lehti Tieto & Trendit 14/2007. Viitattu 13.1.2010.
http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-07-12_006.html

Tilastokeskuksen www-sivut. Viitattu 11.10.2010
http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-07-12_006.html

Vanhala, T. 2005. Käytettävyyystutkimuksen menetelmät. Viitattu 26.09.2010.
<http://www.cs.uta.fi/usabsem/luvut/2-Vanhala.pdf>
 Yleisradion www-sivut. Viitattu 20.3.2010.
www.yle.fi/alueet/satakunta/2009/06/rmj.html

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut – Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Yleisradion www-sivut. Sonisphere-festivaali tulossa pysyvästi Poriin 9.2.2009. Yle Uutiset. Viitattu 27.11.2009.
http://yle.fi/uutiset/viihde/2009/06/sonisphere-festivaalin_esiintyjalista_taydentyi_808543.html?origin=rss

LIITELUETTELO

LIITE 1 RMJ Party Camp kyselylomake

LIITE 2 Pori Jazz kyselylomake

LIITE 3 Sonisphere kyselylomake

LIITE 1. RMJ PARTY CAMPIN KYSELYLOMAKE



RMJ PARTY CAMPIN KÄVIJÄPROFIILIKYSELY

Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää minkälainen on Party Campin keskiverto kävijä. Kysely on osa ammattikorkeakoulun opiskelijan opinnäytetyötä. Tietoja hyödynnetään suunniteltaessa Porin seudun matkailu-, seutu- ja tapahtumamarkkinointia. Kiitoksia vastauksestanne.

Sukupuoli

☐ mies ☐ nainen

Ikä

☐ 18-20 ☐ 21-23 ☐ 24-26
☐ 27-29 ☐ 30-35 ☐ 36-40
☐ 41-50 ☐ yli 50

Sivillisääty

☐ avioliitossa ☐ avoliitossa ☐ sinkku ☐ suhteessa
☐ muu, mikä? _____

Asuinpaikka

☐ Pori ☐ muu, mikä? _____

Millä kulkuneuvolla tulit Poriin? (Hyppää yli jos asuinpaikka on Pori)

☐ bussilla
☐ omalla autolla
☐ kimppakyydillä
☐ junalla
☐ muu, millä? _____

Millaisella porukalla olet liikkeellä?

☐ tyttö/poikaporukka
☐ sekalainen kaveriporukka
☐ pariskunta
☐ työporukka
☐ muu, millä? _____

Missä aiot yöpyä?

☐ leirintäalueella
☐ tutun luona
☐ hotellissa
☐ kotona
☐ muualla, missä? _____

Kauanko aiot viipyä festareilla?

☐ 1 päivää ☐ 2 päivää ☐ 3 päivää

Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festareihin lukuun ottamatta pääsylippua?

☐ 20 € ☐ 40 € ☐ 60 €
☐ 80 € ☐ 100 € ☐ 120 €
☐ 150 € ☐ 200 € ☐ 250 €
☐ 300 € ☐ 350 € ☐ 400 €
☐ 450 € ☐ yli 500 € ☐ muu, summa? _____

Jatkuu toisella puolella →



Oletko ensimmäistä vai toista kertaa RMJ Party Campissa Porissa?

☐ 1 kertaa ☐ 2 kertaa

Paljonko arvioit käyttäväsi rahaa festarimatkan aikana? _____

Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan?

festarialueella: juomiin _____ € ruokailuihin _____ € muihin palveluihin _____ €

muualla: majoitukseen _____ € baariin _____ €

ruokailuihin _____ € bensaalle _____ €

kauppaan/kioskille _____ €

Oletko ajatellut käydä Porissa muuallakin kuin festarialueella?

☐ en ole

☐ keskustassa

☐ Ytyerissä

☐ muualla Porin seudulla, missä? _____

Mikä sai tulemaan RMJ Party Campiin?

☐ sijainti

☐ festarin maine

☐ bändivalikoima

☐ aikaisempi kokemus

☐ muu, mikä? _____

Mistä sait tietoa festarista?

☐ netistä

☐ lehdestä

☐ radiosta

☐ kaverilta

☐ TV-mainoksesta

☐ muualta, mistä? _____

Mistä ostit/sait festariliput?

☐ netistä

☐ lippukaupasta

☐ portilta

☐ työpaikalta

☐ muualta, mistä? _____

Kokemukset ja/tai mielikuva Porista? _____

Kiitoksia vastauksestanne.

LIITE 2. PORI JAZZ KYSELYLOMAKE



PORI JAZZIN KÄVIJÄPROFIILI

Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää minkälainen on Pori Jazzin keski-ikäinen kävijä. Kysely on osa ammattikorkeakoulun opiskelijan oppinnäytetyötä. Tietoja hyödynnetään suunniteltaessa Porin seudun matkailu-, seutu- ja tapahtumamarkkinointia.

Sukupuoli

☐ mies ☐ nainen

Ikä

☐ alle 18 ☐ 18-23 ☐ 24-29 ☐ 30-35
☐ 36-41 ☐ 42-47 ☐ 48-53 ☐ 54-59
☐ yli 60

Sivilisaatio

☐ avioliitossa ☐ avoliitossa ☐ sinkku ☐ suhteessa ☐ muu, mikä? _____

Asuinpaikka

☐ Pori ☐ muu, mikä? _____

Millä kulkuneuvolla tulit Poriin? (Ihyytä yksi jos asuinpaikka on Pori)

☐ bussilla
☐ omalla autolla
☐ kimpakyydillä
☐ junalla
☐ muu, millä? _____

Millaisella porukalla olet liikkeellä?

☐ tyttö/porukalla
☐ sekalainen kaveriporukka
☐ perhe
☐ peruskunta
☐ työporukka
☐ muu, millä? _____

Missä aiot yöpyä?

☐ leirintäalueella
☐ tutun luona
☐ hotellissa
☐ yksityisasunnossa
☐ kotona
☐ muualla, missä? _____

Kuinka monta päivää aiot viipyä Pori Jazzilla? _____

Kuinka mones kerta Pori Jazzilla? _____

Jatkuu toisella puolella →



1. Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa Konserttialueella? _____ €

Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan Konserttialueella?

ravintoloihin _____ € muihin palveluihin (pelit, kisat, ym...) _____ € muuhun _____ €

2. Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa Jazzalueen ulkopuolella? _____ €

Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan Jazzalueen ulkopuolella?

(Jazzkatu on alueen ulkopuolella)

majoitukseen _____ € ravintoloihin _____ € polttoaineesseen _____ € muuhun _____ €
kauppaan/kioskille _____ € matkamuistot _____ € kulttuuri/harrastukset _____ €

3. Paljonko arvioit käyttäväsi enintään rahaa Jazzmatkan aikana? _____ €

Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan Jazzmatkan aikana?

pysähdyspaikoille _____ € muuhun _____ € ravintoloihin _____ €

Oletko ajatellut käydä Porissa muuallakin kuin Jazzalueella?

- ☐ en ole
- ☐ keskustassa
- ☐ Yyterissä
- ☐ muualla Porin seudulla, missä? _____

Mikä sai tulemaan Pori Jazzeihin?

- ☐ sijainti
- ☐ festarin maine
- ☐ bändivalikoima
- ☐ aikaisempi kokemus
- ☐ muu, mikä? _____

Mistä sait tietoa Pori Jazzeista?

- ☐ netistä
- ☐ lehdestä
- ☐ radiosta
- ☐ kaverilta
- ☐ TV mainoksesta
- ☐ muualta, mistä? _____

Mistä ostit/sait Jazzliput?

- ☐ netistä
- ☐ lippukaupasta
- ☐ periltä
- ☐ työpaikalta
- ☐ muualta, mistä? _____

Kokemukset ja/tai mielikuvia Porista tai Porin seudusta? _____

Kiitoksia vastauksestanne

LIITE 3. SONISPHERE KYSELYLOMAKE



SONISPHEREN KÄVIJÄPROFIILI

Tämän kyselyn tarkoituksena on selvittää minkälainen on Sonispheren keskiporto kävijä. Kysely on osa ammattikorkeakoulun opiskelijan opinnäytetyötä. Tietoja hyödynnetään suunniteltaessa Porin seudun matkailu-, seutu- ja tapahtumamarkkinointia.

Sukupuoli

☐ mies ☐ nainen

Ikä

☐ 18-23 ☐ 24-29 ☐ 30-35 ☐ 36-41
☐ 42-47 ☐ 48-53 ☐ 54-59 ☐ yli 60

☐ avioliitossa ☐ avoliitossa ☐ sinkku ☐ suhteessa ☐ muu, mikä? _____

Asuinpaikka

☐ Pori ☐ muu, mikä? _____

Millä kulkuneuvolla tulit Poriin? (Hyppää yli jos asuinpaikka on Pori)

☐ bussilla
☐ omalla autolla
☐ kimpakyydillä
☐ junalla
☐ laivalla
☐ muu, millä? _____

Millaisella porukalla olet tiikkeellä?

☐ tyttö/poikaporukka
☐ sekalainen kaveriporukka
☐ perhe
☐ pariskunta
☐ työporukka
☐ muu, millä? _____

Missä aiot yöpyä?

☐ leirintäalueella
☐ tutun luona
☐ hotellissa
☐ yksityisasunnossa
☐ kotona
☐ laivalla
☐ muualla, missä? _____

Oletko ajatellut käydä Porissa muuallakin kuin Sonispheressä?

☐ en ole ☐ keskustassa
☐ Ysterissä ☐ muualla Porin seudulla, missä? _____

Jatkuu toisella puolella →



Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festarialueella? _____ €

Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan festarialueella?

ravintoloihin (juomat & syömiset) _____ € muihin palveluihin (pelit, kisat, ym...) _____ €
 fanituotteisiin _____ € muuhun, mihin? _____ €

2. Paljonko arvioit enintään käyttäväsi rahaa festareiden ulkopuolella? _____ €

Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan festareiden ulkopuolella?

majoitukseen _____ € ravintoloihin _____ € kauppaan/kioskille _____ €
 polttoaineeseen _____ € muuhun, mihin? _____ €

3. Paljonko arvioit käyttäväsi enintään rahaa festarimarkan aikana? _____ €

Miten arvioit käyttämäsi summan jakautuvan festarimarkan aikana?

pysähdyspaikoille _____ € ravintoloihin _____ €
 muuhun, mihin? _____ €

Mikä sai tulemaan Sonisphereen?

- ☐ sijainni
- ☐ festarin maine
- ☐ bändivalikoima
- ☐ muu, mikä? _____

Mistä sait tietoa Sonispherestä?

- ☐ netistä
- ☐ lehdestä
- ☐ radiosta
- ☐ keverilta
- ☐ TV-muinoksesta
- ☐ muualta, mistä? _____

Mistä ostit/sait liput?

- ☐ netistä
- ☐ lippukaupasta
- ☐ portilta
- ☐ työpaikalta
- ☐ muualta, mistä? _____

Kokemukset ja/tai mielikuvia Porista tai Porin seudusta? _____

Kiitoksia vastauksestanne